



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CRIANZA, FAENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO EN LA
PARROQUIA DE TAMBILLO”**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de Ingenieros
Comerciales

Autores:

Bohórquez Tumbaico Jefferson Jose
Calva Buses Alex Xavier

Tutor:

Ing. MBA. Merino Zurita Milton Marcelo

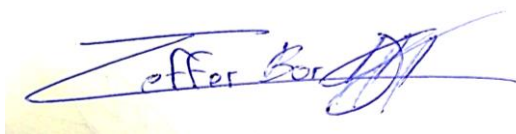
Latacunga – Ecuador

Febrero - 2020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Nosotros Bohórquez Tumbaico Jefferson Jose y Calva Buses Alex Xavier declaramos ser autores del presente proyecto de emprendimiento: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CRIANZA, FAENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO EN LA PARROQUIA DE TAMBILLO”, siendo Merino Zurita Milton Marcelo tutor del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



.....
Bohórquez Tumbaico Jefferson Jose

1724930761



.....
Calva Buses Alex Xavier

1723017230

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Trabajo de emprendimiento sobre el título:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CRIANZA, FAENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO EN LA PARROQUIA DE TAMBILLO”, de Bohórquez Tumbaico Jefferson Jose y Calva Buses Alex Xavier, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho proyecto de emprendimiento cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero, 2020



.....
MBA .Milton Marcelo Merino Zurita
CI: 0501802441

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, el o los postulantes: Bohórquez Tumbaico Jefferson Jose y Calva Buses Alex Xavier con el título de Proyecto de Emprendimiento: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CRIANZA, FAENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO EN LA PARROQUIA DE TAMBILLO” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Febrero ,2020

Para constancia firman:

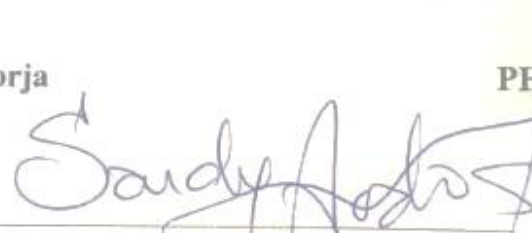


Lector 1

ING. Yadira Borja



Lector 2
PHD. Juan Vizcaino



Lector 3

ABG. Sandy Avalos

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarme y guiarme en la culminación de una etapa más de mi vida, a mí querida esposa, a mis padres y a todas las personas que me han dado ánimo gracias a todos ellos por el apoyo absoluto e ininterrumpido he logrado terminar mi carrera universitaria.

Jefferson

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios por haberme brindado la oportunidad de superarme y darme la fortaleza para alcanzar las metas en mi vida, a mis padres que gracias a su enorme sacrificio he logrado culminar mi carrera profesional, a mis hermanos que me apoyaron en buenos y malos momentos, y además todas las personas que han sabido acompañarme en el logro de este objetivo.

Alex.

DEDICATORIA

A JEREMY, JOSETTE Y ARIEL, quienes tienen un futuro prometedor y poderles demostrar que jamás se den por vencidos que en esta vida lo que se propongan lo pueden conseguir con ayuda de Dios.

Jefferson.

DEDICATORIA.

El presente trabajo se lo dedico a mis padres Luis y Laura, por brindarme su apoyo incondicional, gracias a su sacrificio he logrado cumplir varios objetivos en mi vida personal y profesional siendo ellos los pilares fundamentales para mi éxito.

Alex.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TÍTULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CRIANZA, FAENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO EN LA PARROQUIA DE TAMBILLO”

Autores:

Bohórquez Tumbaico Jefferson Jose
Calva Buses Alex Xavier

RESUMEN

El presente proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de crianza faenamiento y comercialización de pollos en la parroquia de Tambillo se realizó con el objetivo general de determinar la factibilidad del negocio, sometiendo al mismo a una serie de evaluaciones las cuales se conforman como la metodología que fue aplicada en la investigación. Se realizó un estudio de mercado en el cual se encontraron varios factores determinantes, se puede destacar que en el Cantón Mejía existe una demanda que no es completamente atendida de carne de pollo además que el consumo del producto en los últimos años ha sufrido un gran incremento porcentual del consumo per cápita. Para la creación de la empresa se necesita una inversión inicial de \$ 248.934.77 que se dividirá en la adquisición de activos fijos y diferidos además del capital del trabajo que se necesitará para comenzar las operaciones productivas. Una vez realizado el estudio técnico se determinó para que la planta avícola funcione con total normalidad es necesario que se respete el reglamento emitido por AGROCALIDAD, se cumpla con los estándares de calidad y con los aspectos fiscales establecidos en el país, dentro de la junta de accionistas se compondrá de 2 socios que serán los responsables de la toma de decisiones y 11 trabajadores, llegando así a generar alternativas que contribuyan al desarrollo de nuestro país. Al haberse aplicado la evaluación financiera mediante métodos y procedimientos a ser empleados para determinar la factibilidad y rentabilidad de la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento, se obtuvo un VAN de \$78.178,86 positivo de que como indicador presenta un negocio rentable, además se obtuvo una TIR de 26% que dobla el porcentaje de la TMR, cada uno de estos datos obtenidos determinaron que la idea de negocio genera rentabilidad y por lo tanto es factible.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TOPIC: "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A CHICKENS BREEDING, SLAUGHTERING AND MARKETING COMPANY IN THE PARISH OF TAMBILLO.

Authors:

Bohórquez Tumbaico Jefferson Jose
Calva Buses Alex Xavier

ABSTRACT

The present project for the creation of a chicken breeding, slaughtering and commercialization company in Tambillo parish, was carried out with the general objective of determining the feasibility of the business, subjecting it to a series of evaluations which are the methodology applied in the research. A market study was carried out in which several determining factors were found. It can be highlighted that in Canton Mejia there is a demand that is not completely met for chicken meat and that the consumption of the product in recent years has suffered a large percentage increase in per capita consumption. For the creation of the company, an initial investment of \$ 248,934.77 is needed, which will be divided into the acquisition of fixed and deferred assets in addition to the working capital that will be needed to begin production operations. Once the technical study was conducted, it was determined that in order for the poultry plant to function normally, it is necessary to respect the regulations issued by AGROCALIDAD, comply with quality standards and the fiscal aspects established in the country. The shareholders' meeting will be composed of 2 partners who will be responsible for making decisions and 11 workers, thus generating alternatives that contribute to the development of our country. Having applied the financial evaluation through methods and procedures to be used to determine the feasibility and profitability of the implementation of the project of enterprise, we obtained a positive NPV of \$ 78,178.86 that as an indicator presents a profitable business, also obtained an IRR of 26% which doubles the percentage of the TMAR, each of these data obtained determined that the business idea generates profitability and therefore is feasible.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del Proyecto de Emprendimiento al Idioma Inglés presentado por los señores egresados de la **CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS: BOHORQUEZ TUMBAICO JEFFERSON JOSE Y CALVA BUSES ALEX XAVIER**, cuyo título versa **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CRIANZA, FAENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO EN LA PARROQUIA DE TAMBILLO"**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimen conveniente.

Latacunga, febrero del 2020.
Atentamente,

MSc. Alison Mena Barthelotty
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 0501801252



ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
AVAL DE TRADUCCIÓN	x
ÍNDICE	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
1.-INFORMACIÓN GENERAL	xxi
CAPÍTULO I	1
2.-FUNDAMENTOS TEÓRICOS	1
2.1.-EMPRENDIMIENTO.....	1
2.1.1.-Definición de emprendimiento	1
2.1.2.-Tipos de emprendimiento	2
2.1.3.-Fases del emprendimiento	3
2.2.-Plan de negocios	4
2.2.1.-Definición de plan de negocios.....	4
2.3.-NATURALEZA DEL PROYECTO.....	5
2.3.1.-Definición de naturaleza del proyecto.....	5
2.3.2.-Nombre de la empresa.....	5
2.3.3.-Giro de la empresa	6
2.3.4.-Descripción de productos o servicios.....	6
2.3.5.-Ubicación esperada de la empresa	7
2.3.6.-Tamaño esperado de la empresa	7
2.3.7.-Análisis de la industria	8
2.3.8.-Ventajas competitivas	8
2.4.-ESTUDIO DE MERCADO.....	9

2.4.1.-Definición de estudio de mercado	9
2.4.2.-Objetivo del estudio de mercado	9
2.4.3.-Características del segmento de mercado.....	10
2.4.4.-Demanda potencial.....	10
2.4.5.-Estudio de la competencia	13
2.4.6.-Demanda insatisfecha.....	13
2.4.7.-Selección del sistema de distribución	14
2.4.8.-Diseño del empaque del producto.....	14
2.4.9.-Precio del producto	15
2.4.10.-Acciones para introducir el producto en el mercado.....	16
2.4.11.-Pronóstico de ventas.....	16
2.5.-ESTUDIO TÉCNICO	17
2.5.1.-Definición de estudio técnico	17
2.5.2.- Especificaciones del producto	18
2.5.3.- Descripción del proceso de producción	18
2.5.4.-Diagrama de flujo del proceso.....	19
2.5.5.-Capacidad instalada de la planta.....	19
2.5.6.-Ubicación de la empresa	20
2.5.7.-Equipo e instalaciones.....	21
2.5.8.-Distribución de la planta	22
2.5.9.-Plan agregado de producción.....	23
2.5.10.-Materia prima.....	23
2.5.11.-Manejo de inventarios	24
2.6.-ORGANIZACIÓN.....	24
2.6.1.-Definición de estudio administrativo	24
2.6.2.-Planificación estratégica.....	25
2.6.3.-Organigrama de la empresa	26
2.6.4.-Mano de obra requerida.....	27
2.6.5.-Perfiles de puesto	27
2.6.6.-Descripciones de puesto	27
2.6.7.-Aspectos fiscales a considerar	28
2.6.8.-Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa.....	28

2.7.-ESTUDIO FINANCIERO.....	36
2.7.1.-Definición del estudio financiero.....	36
2.7.2.-Depreciaciones.....	37
2.7.3.-Detalle de gastos mensuales.....	37
2.7.4.-Estados financieros proyectados.....	38
2.7.5.-Punto de equilibrio.....	39
2.7.6.-Capital de trabajo.....	39
2.7.7.-Sistema de financiamiento.....	39
2.7.8.-Evaluación financiera.....	41
2.7.9.-Análisis de sensibilidad.....	42
CAPÍTULO II.....	43
3.-DESARROLLO.....	43
3.1.-NATURALEZA DEL PROYECTO.....	43
3.1.1.-Nombre de la empresa.....	43
3.1.2.-Giro de la empresa.....	43
3.1.3.-Descripción de productos o servicios.....	44
3.1.4.-Ubicación esperada de la empresa.....	46
3.1.5.-Tamaño esperado de la empresa.....	46
3.1.6.-Análisis de la industria.....	46
3.1.7.-Ventajas competitivas.....	48
3.2.-ESTUDIO DE MERCADO.....	50
3.2.1.-Objetivo general del estudio de mercado.....	50
3.2.2.-Objetivos específicos.....	50
3.2.3.-Características del segmento de mercado.....	51
3.2.4.-Demanda potencial.....	53
3.2.5.-Análisis de la oferta.....	57
3.2.6.-Estudio de la competencia.....	60
3.2.7.-Demanda insatisfecha.....	61
3.2.8.-Selección del sistema de distribución.....	62
3.2.9.-Diseño del empaque del producto.....	63
3.2.10.-Precio del producto.....	64

3.2.11.-Acciones para introducir el producto en el mercado.....	66
3.2.12.-Conclusiones del estudio de mercado	68
3.3.-ESTUDIO TÉCNICO	69
3.3.1.-Objetivos	69
3.3.2.-Especificaciones del producto	69
3.3.3.-Descripción del proceso de producción	70
3.3.4.-Diagrama de flujo del proceso.....	79
3.3.5.-Capacidad instalada de la planta.....	82
3.3.6.-Ubicación de la empresa	83
3.3.7.-Equipo e instalaciones.....	85
3.3.8.-Distribución de la planta	97
3.3.9.-Plan agregado de producción.....	98
3.3.10.-Materia prima.....	98
3.3.11.-Conclusiones.....	99
3.4.-ESTUDIO ORGANIZACIONAL	101
3.4.1.-Objetivos	101
3.4.2. Base filosófica de la empresa.....	102
3.4.3.-Estructura organizacional	104
3.4.4.-Aspectos fiscales a considerar	108
3.4.5.-Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa.....	109
3.4.6.-Aspectos ambientales	111
3.4.7.-Conclusiones.....	112
3.5.-ESTUDIO FINANCIERO.....	113
3.5.1.-Objetivos	113
3.5.2.-Activos fijos.....	114
3.5.3.-Activos intangibles.....	114
3.5.4.-Depreciaciones.....	115
3.5.5.-Amortizaciones	115
3.5.6.-Detalle de gastos mensuales	116
3.5.7.-Presupuestos de Ingresos.....	117
3.5.8.-Presupuestos de egresos	117
3.5.9.-Mantenimiento y reparaciones.....	118

3.5.10.-Inversión del proyecto.....	118
3.5.11.-Estructura de financiamiento.....	119
3.5.12.-Estados financieros proyectados.....	119
3.5.13.-Flujo de efectivo del proyecto.....	121
3.5.15.-Punto de equilibrio.....	122
3.5.16.-Capital de trabajo.....	122
3.5.17.-Sistema de financiamiento.....	123
3.5.18.-Evaluación Financiera.....	125
3.5.19.-Análisis de sensibilidad.....	127
3.5.20.-Conclusiones del estudio financiero.....	128
3.6.-CONCLUSIONES.....	129
3.7.-RECOMENDACIONES.....	130
3.8.-REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	131
3.8.-ANEXOS.....	137

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Producción Avícola a nivel nacional	47
<i>Figura 2</i> Provincias productoras de carne de pollo	58
<i>Figura 3</i> Cadena de valor Avícola “Produtambo” S.A	62
<i>Figura 4</i> Logotipo de la empresa.	63
<i>Figura 5</i> Marca de la empresa.	63
<i>Figura 6</i> Empaque del producto.....	64
<i>Figura 7</i> Selección de aves	74
<i>Figura 8</i> Transportador de rodillos por gravedad	74
<i>Figura 9</i> Aturdidor	75
<i>Figura 10</i> Muerte del pollo.....	75
<i>Figura 11</i> Escaldación.....	76
<i>Figura 12</i> Desplumadora.....	76
<i>Figura 13</i> Arrancada de cabezas.....	77
<i>Figura 14</i> Eviscerado	77
<i>Figura 15</i> Enfriador de tornillo a contracorriente	78
<i>Figura 16</i> Cursograma del proceso de crianza	79
<i>Figura 17</i> Cursograma del proceso de faenamiento	80
<i>Figura 18</i> Cursograma del proceso de comercialización	81
<i>Figura 19</i> Mapa Político del Cantón Mejía	83
<i>Figura 20</i> Mapa político de la Parroquia de Tambillo	84
<i>Figura 21</i> Distribución de la planta	97
<i>Figura 22</i> Razón social.....	101
<i>Figura 23</i> Organigrama estructural	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Composición del producto.	45
Tabla 2 Número de empresas del Cantón Mejía, 2017.....	51
Tabla 3 Promedio de pollos que se demandan semanalmente en el Cantón Mejía.....	54
Tabla 4 Demanda histórica de carne de pollo en el Cantón Mejía.....	55
Tabla 5 Demanda actual	56
Tabla 6 Proyección de la demanda.....	56
Tabla 7 Indicadores de sector avícola en el Ecuador Año 1990-2013	57
Tabla 8 Oferta histórica.	58
Tabla 9 Oferta Proyectada	59
Tabla 10 Competidores.....	60
Tabla 11 Demanda insatisfecha proyectada de pollos periodo 2020-2024	61
Tabla 12 Precio histórico	65
Tabla 13 Precio de la libra de pollo que adquieren los negocios.	65
Tabla 14 Estrategia de producto.....	66
Tabla 15 Estrategia de precio.....	66
Tabla 16 Estrategias de plaza.....	67
Tabla 17 Estrategias de promoción	67
Tabla 18 Especificaciones del producto	69
Tabla 19 Alimentación diaria de pollos.....	71
Tabla 20 Consumo de agua.....	72
Tabla 21 Capacidad instalada	82
Tabla 22 Capacidad utilizada.....	82
Tabla 23 Macro localización.....	83

Tabla 24 Ponderación de lugares.	84
Tabla 25 Terreno	85
Tabla 26 Infraestructura.....	85
Tabla 27 Maquinaria y equipo de granja	86
Tabla 28 Maquinaria y equipo del área de faenamiento.....	86
Tabla 29 Muebles y enseres de granja.....	87
Tabla 30 Muebles y enseres faenadora.....	87
Tabla 31 Menaje de granja y faenadora.....	88
Tabla 32 Mantenimiento y reparaciones.....	88
Tabla 33 Equipo de oficina área.....	89
Tabla 34 Muebles y enseres.	89
Tabla 35 Equipo de cómputo	89
Tabla 36 Útiles de oficina.	90
Tabla 37 Vehículo	90
Tabla 38 Servicios básicos crianza y faenamiento.....	90
Tabla 39 Servicios básicos administrativa-financiera.	91
Tabla 40 Activos diferidos.....	91
Tabla 41 Insumos.	91
Tabla 42 Insumos de limpieza.	92
Tabla 43 Materiales directos.....	92
Tabla 44 Materiales indirectos.....	93
Tabla 45 Rol de pago de mano de obra directa.....	93
Tabla 46 Proyección de sueldos galponeros	94
Tabla 47 Proyección sueldos operarios	94

Tabla 48 Rol de pago de mano de obra indirecta.....	94
Tabla 49 Proyección sueldos gerente	95
Tabla 50 Proyección sueldo Contador.....	95
Tabla 51 Proyección sueldos veterinario	95
Tabla 52 Proyección sueldos de guardia de seguridad.....	96
Tabla 53 Proyección de sueldos de vendedor	96
Tabla 54 Plan agregado de producción.....	98
Tabla 55 Materia prima	99
Tabla 56 Mano de obra requerida.	108
Tabla 57 Aspectos fiscales a considerar	108
Tabla 58 Aspectos ambientales.....	111
Tabla 59 Inversión activos fijos	114
Tabla 60 Inversión activos intangibles	114
Tabla 61 Depreciaciones activos.....	115
Tabla 62 Amortizaciones activos intangibles.	115
Tabla 63 Gastos Mensuales	116
Tabla 64 Ingresos	117
Tabla 65 Egresos.....	117
Tabla 66 Mantenimiento.....	118
Tabla 67 Inversión.....	118
Tabla 68 Financiamiento	119
Tabla 69 Balance general.....	119
Tabla 70 Estado de resultado	120
Tabla 71 Flujo de efectivo del Proyecto	121

Tabla 72 Punto de equilibrio	122
Tabla 73 Capital de trabajo	122
Tabla 74 Financiamiento.	123
Tabla 75 Amortización deuda préstamo	124
Tabla 76 Tmar proyecto.....	125
Tabla 77 VAN proyecto.....	125
Tabla 78 TIR Proyecto	126
Tabla 79 PRI del proyecto	126
Tabla 80 Costo/Beneficio.	127
Tabla 81 Análisis de sensibilidad.....	127

1.-INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de crianza, faenamiento y comercialización de pollo en la parroquia de Tambillo.

Fecha de inicio:

Abril - Agosto 2019

Fecha de finalización:

Septiembre 2019 – Febrero 2020

Lugar de ejecución:

Barrio 20 de Julio-Parroquia Tambillo-Cantón Mejía-Provincia Pichincha-Zona 2

Facultad que auspicia

Facultad de ciencias administrativas.

Carrera que auspicia:

Comercio y administración de empresas.

Proyecto vinculado (si corresponde):

Proyecto de la Carrera

Área de conocimiento:

Emprendimiento, Administración, Marketing, Finanzas

Línea de investigación:

Administración y economía para el desarrollo humano y social.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Estrategias administrativas productividad y emprendimiento.

CAPÍTULO I

2.-FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1.-EMPREDIMIENTO

2.1.1.-Definición de emprendimiento

El emprendimiento puede ser visto desde distintas perspectivas como menciona, Vázquez (2015), en su libro que determina que:

Emprender es más que gestionar una empresa, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone. Es prácticamente imposible hablar de este asunto y no relacionarlo con el término de la innovación ya que son indispensables y cuando se unen la organización solo tiene que celebrar. (p. 13).

Un emprendimiento desde una perspectiva relativa se destaca por su orientación a la ejecución de planes de inversión.

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cambio mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Parra, Rubio , & Lopez , 2017)

El emprendimiento nace de una idea que deberá contener un grado alto de innovación para que pueda subsistir en un mercado altamente competitivo dejando atrás las tradicionales formas de negocios pues se debe tener una visión innovadora para que esta pueda ser complementada y puesta en marcha.

2.1.2.-Tipos de emprendimiento

En la actualidad se pueden distinguir varias clases de emprendimientos, es por eso que se destacan los principales a continuación:

Empresarial.- Este tipo de emprendimiento es caracterizado por ser una iniciativa por parte de un individuo para realizar una idea de negocios en la cual se obtendrán rédito para su ejecutante, además consiste en la facultad de construir algo de la nada pero con la característica única que se diferencia, es que abarcan las oportunidades de un mercado amplio, pero siempre tomando en consideración los riesgos a los que se enfrentan este tipo de proyectos.

Social.- Se caracteriza por tener su prioridad centrada en buscar la satisfacción de necesidades de la sociedad es decir buscan promover el cambio social sin esperar nada a cambio pero se debe recordar también que los dueños de este tipo de emprendimientos sociales no equivale a una renuncia de beneficios de este proyecto.

Innovador.- Un emprendimiento innovador se genera desde un centro tecnológico, estos planes consisten en introducir un producto nuevo en el mercado que pueda sustituir o dejar obsoleto a otro producto de similares características, este tipo de emprendedores se generan dentro de universidades o centros de investigación.

Comercial.- Dicho emprendimiento genera su actividad en la venta de productos de terceros esto se realiza con el fin de obtener beneficios económicos añadiendo un escaso valor añadido al objeto puesto en venta, entre los principales empresas que se destacan con este tipo de idea están los supermercados, tiendas de ropa, ferreterías, etc.

Intelectual.- Tienen como referencia central que un individuo usa su capacidad intelectual, este tipo de emprendimiento se caracteriza por ingenio y las estrategias intelectivas que puede aplicar

el emprendedor el cual se enfoca en la investigación exhaustiva para generar valor agregado a sus productos.

2.1.3.-Fases del emprendimiento

El emprendimiento cuenta con varias etapas las cuales se concentran para consolidar una idea de negocio.

Gestación de la idea.- En la etapa de gestación de una idea se concentran los esfuerzos en el análisis de la viabilidad del proyecto a implementarse es por eso que se toman en consideración los objetivos a lograr, el sector de actividad, y las características esenciales que tendrá el producto que se constituirá como la razón de ser del negocio .

Inicio y crecimiento.- En este procedimiento procede cada una de las expectativas que tiene el emprendedor con su idea de negocio escogida además de la concentración de argumentos para la clarificación de posibles dificultades del mismo que pueden llegar a la desorientación de la propuesta causando temor y provocando fracaso del emprendimiento.

Consolidación.- La fase de consolidación es aquella en la cual el emprendimiento está puesto en marcha y es la suma de todos los esfuerzos puestos en las etapas iniciales conforme esta consolidación avanza refleja todo el trabajo vinculado en un plan de acción en el cual ya está estructurada las bases sólidas para un funcionamiento correcto del negocio.

Expansión.- A esta etapa no todos los emprendimientos y empresas pueden llegar pero entre las que lo logran amplían toda su infraestructura para poder internacionalizar su empresa ya creada anteriormente y poder ampliarse a un mercado totalmente nuevo, a su vez esta etapa implica muchos riesgos por distintos factores que podrían afectar a la determinación de expansión.

2.2.-Plan de negocios

2.2.1.-Definición de plan de negocios

Un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. (Balanko , 2008, p. 6).

Un plan de negocios debe contener todas las especificaciones técnicas que desempeñará el negocio es por eso que Weingberger (2009) determina:

El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollaran para alcanzarlos. (p.33)

Un plan de negocios sirve de guía para encaminar una idea de negocio con los objetivos claros de lo que desea alcanzar una organización describiendo cada uno de los métodos y recursos que se van a emplear para su ejecución, este documento tiene varios pasos a seguir para obtener resultados eficaces los cuales son: El resumen ejecutivo, Estudio de mercado, Estudio técnico, Estudio de los ingresos y egresos, Estudio financiero.

2.3.-NATURALEZA DEL PROYECTO

2.3.1.-Definición de naturaleza del proyecto

Se trata del resultado de un proceso de análisis y planificación, asentado en la realidad en la que nace una idea, que puede ser la respuesta o solución a un requerimiento propio de una organización o de alguno de sus clientes. (Suárez, 2018)

La naturaleza de un proyecto es un elemento fundamental a la hora de arrancar una entidad económica como un negocio puesto a que en el mismo se debe especificar la esencia de la empresa y el alcance que se quiere llegar a obtener con ella, es por eso que muchos conceptos consideran a este estudio como una brújula para encaminar a una organización.

2.3.2.-Nombre de la empresa

Elegir el nombre para una compañía parece ser una en teoría ser algo muy sencillo, pero puede ser la diferencia entre el éxito o el fracaso de la entidad es por eso que Koonts (2005) la define como:

“La primera impresión que alguien que alguien se forma de tu empresa derivará del nombre de esta. El nombre es la quinta esencia de la identidad e imagen de tu compañía.” (p. 22)

“El nombre de la empresa es la carta de presentación ante el público, y por tanto la primera impresión, que debe ser positiva para estar en camino de alcanzar los objetivos planteados.” (Pareja, 2014, p. 37)

Se debe tomar en consideración los siguientes a la hora de dar el nombre a una organización:

- El nombre de la empresa debe ser descriptivo sobre la actividad que va realizar en el mercado.

- El nombre para la empresa debe ser distintivo y fácil de identificar.
- El nombre de una empresa debe ser atractivo para los consumidores.

2.3.3.-Giro de la empresa

Existen varios tipos de empresa según el giro de su actividad es por eso que se detalla a continuación las siguientes:

Empresa comercial.- Es aquella organización que tiene como función principal es la compraventa de un producto determinado, este tipo de negocios adquieren materia prima, bienes intermedios y bienes terminados para luego venderlas a un consumidor final de aquellos bienes.

Empresa Industrial.- Es toda aquella organización de producción manufacturera o de transformación que busca ofertar productos que cubran una necesidad específica o a su vez puedan convertirse en un elemento en otros procesos productivos de algún bien determinado.

Empresas de servicios.- Este tipo de negocios se caracterizan por brindar un producto intangible a los consumidores estos se pueden presentar en sectores como el comercio, el transporte, las comunicaciones, las finanzas, el turismo, etc.

2.3.4.-Descripción de productos o servicios

Cuando se trata de definir las características de un producto o servicio se debe destacar lo que conceptualiza Cano (2016) en el siguiente párrafo:

En este campo deben ser adecuadamente detallados los productos y/o servicios que resultarán del proyecto propuesto. Observe que es importante que cada uno de los productos y/o servicios, resultantes del proyecto propuesto, sean identificados y descritos con toda claridad, destacando sus definiciones de utilidad y funcionalidad. (p. 57)

En esta etapa se deben detallar las características bien definidas del producto o servicio que brindará una organización puesto que será la representación de la empresa como tal en un mercado altamente competitivo.

2.3.5.-Ubicación esperada de la empresa

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, vital para la viabilidad de la misma. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región. (Martín , Cabello , Gonzáles , Guerra , & Montes , 2004)

Para determinar la ubicación de la empresa se deben considerar varios aspectos fundamentales como:

- La aproximación en relación al mercado objetivo fijado.
- El acceso a materias primas que pueden ayudar en el abastecimiento eficaz y la reducción de costos.
- La oferta de mano de obra calificada en el entorno a desarrollarse.
- El acceso de la zona seleccionada en factores como el agua, luz eléctrica, alcantarillado.
- Las condiciones físicas, legales o ambientales en las que pueda ser atrapado el proyecto.

2.3.6.-Tamaño esperado de la empresa

El concepto de tamaño de la empresa varía en función del sector de actividad o del ámbito geográfico en que ésta actúa. Sin embargo existen diversos criterios, generalmente aceptados, para clasificar a las empresas por su tamaño. Los más habituales son el número de empleados, el volumen de ventas, el capital, el valor añadido, etc.

2.3.7.-Análisis de la industria

El análisis competitivo de la industria es un proceso ordenado que intenta captar los factores estructurales que definen las perspectivas de rentabilidad de una industria a largo plazo, así como identificar y caracterizar la conducta de los competidores más significativos. (Hax & Majluf, 2004, p. 100)

Según (Rosales , 2015) “La industria avícola ecuatoriana tiene características oligopólicas, pues el 60% del mercado es manejado por PRONACA y el 40% restante se reparte entre las siguientes empresas: Grupo Oro, grupo Anhalzer, POFASA, Avícola Pradera, Andina, Agoyán Ambato entre otras”.

Según el concepto dado por el autor antes mencionado este análisis permite comprender la estructura de una industria dependiendo del proyecto a implementarse, además se puede conocer cuáles son las fuerzas competitivas del sector e identificar la posición competitiva de las empresas.

2.3.8.-Ventajas competitivas

Según Espinosa (2017) “Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.”

Poseer una ventaja competitiva en el mercado catapulta a las organizaciones a tener un posicionamiento mayor en el mercado que se está compitiendo, existen varias fuentes para diferenciarse de las demás compañías tales como, la ubicación de la empresa, la calidad y la innovación en los productos fabricados y puestos para la venta a disposición de los consumidores.

Para obtener ventajas sobre otras empresas se debe cumplir los siguientes requisitos:

- Mejores resultados ya sea en ventas, rentabilidad o posicionamiento.
- Debe ser sostenible deben mantener esa ventaja por un tiempo determinado.
- La ventaja que se impone debe ser difícil de imitar.

2.4.-ESTUDIO DE MERCADO

2.4.1.-Definición de estudio de mercado

El objeto de investigación que aporta Operagb (2017) afirma “Con el estudio de mercado tratamos de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada” (p. 2)

Según Zúñiga, Montoya y Esquivel (2007) aseguran “El estudio de mercado analiza la existencia y el volumen de los demandantes de los bienes y servicios ofrecidos por el proyecto, así como los canales de comercialización que se utilizarán, los costos asociados y la determinación de los precios” (p. 142)

La investigación de mercado es la reunión de información tanto de ofertantes como demandantes dentro de un mercado con este análisis se puede determinar las condiciones óptimas de operación del proyecto tanto tipo, cantidad y calidad de los bienes ofrecidos en el proyecto además brinda datos consistentes acerca de la competencia relevante que existe dentro de la industria.

2.4.2.-Objetivo del estudio de mercado

Un estudio de mercado tiene como objetivo proporcionar información relevante sobre el mercado y el entorno en el que se encuentra para así encontrar distintas oportunidades con las cuales se pueda abrir brechas para entrar a un mercado altamente competitivo teniendo en cuenta

el tipo de segmento al que se verá enfocado el proyecto el cual será arrojado por el presente estudio siendo este un valioso instrumento a la hora de echar andar el proyecto.

2.4.3.-Características del segmento de mercado

2.4.3.1.-Segmentación de mercado

El segmento de mercado es la división de un grupo de individuos los cuales compartirán necesidades comunes que harán la diferencia de otro tipo de segmentación. Estos procesos se encargan de identificar a que personas dirigir un cierto producto o servicio para que el mismo sea acogido de una manera eficiente, con esto se busca la optimización de recursos, además se puede segmentar el mercado de acuerdo a las variables Geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta.

2.4.4.-Demanda potencial

2.4.4.1.-Análisis de la demanda

Se considera a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un grupo de individuos reclama en un mercado para la satisfacción de sus necesidades preponderando el factor de los precios para el consumo de estos bienes. Al considerar el análisis de la demanda se debe tener en cuenta que esta investigación busca medir cuales son los factores que afectan directamente el mercado.

La demanda siempre están en función de variables importantes tales como: El precio en términos reales, el nivel de ingresos de una población determinada y los precios de bienes sustitutos o bienes complementarios, cada una de estos factores determina las bases de la investigación para la consecución de la información más relevante para un estudio de mercado.

El consumo nacional aparente viene a ser la demanda potencial de cada uno de los bienes y servicios que requiere un mercado además existen dos maneras para la recopilación de información las cuales se detallan a continuación:

Cuando existe información estadística.- Al existir este tipo de datos es fácil determinar el comportamiento histórico de la demanda, la investigación de campo se convierte en un instrumento para la determinación más a fondo de las preferencias de un consumidor.

Cuando no existe información estadística.- Se da muchas veces con distintos productos en los cuales no existe información determinada del consumo aparente de dicho bien, en este caso se toma a la investigación de campo como único recurso para la cuantificación de la demanda.

2.4.4.2.-Análisis de la oferta

La oferta hace referencia a cada uno de los bienes y servicios que se ponen a disposición de los demandantes, esto va determinado de acuerdo a una serie de factores tales como la cantidad, los precios, el tiempo y los lugares.

A través del análisis de la oferta se pretende determinar las cantidades del bien o servicio que los productores, constituidos en competencia para el proyecto, están en capacidad de ofrecer al mercado, así como las condiciones en que estarían a hacer dicho ofrecimiento.
(Orjuela & Sandoval , 2002, p. 137)

Al realizar un estudio de análisis de oferta se busca el conocimiento acerca de la competencia que se deberá enfrentar una vez que un negocio esté en ejecución con esto se podrá determinar las mejores estrategias para crear una ventaja competitiva con los demás ofertantes de un producto similar en la industria.

2.4.4.3.-Factores que determinan la oferta

Precio del producto.- La cantidad que se oferta de un producto está determinada mediante el precio puesto que si este se eleva menos productos serán demandados, por otro lado si el precio baja abra mayor cantidad de consumidores del bien.

Tecnología.- Al haber una producción a base de tecnología de punta se reduce los costos existe producción en masa produciendo eficiencia en la cantidad de bienes producidos por una entidad.

Disponibilidad de insumos y sus precios.- Al verse frente de insumos escasos se limita la producción de bienes esto genera un reacción en el producto terminado si los insumos aumentan de precio.

Intromisión al mercado.- Los subsidios e impuestos que un estado interpone en un bien o servicio afecta de manera directa, esto genera un incremento de costos haciendo que la oferta de estos bienes se contraiga y baje la demanda.

Competencia.- La competencia corresponde a la cantidad de empresas que conforman una misma industria por ende al haber una competitividad prepondera la disminución de la oferta para obtener ventaja entre los demás competidores.

2.4.4.4.-Tipos de oferta

Oferta competitiva o de libre mercado.- Cada una de las empresas tiene una libre competencia por tal motivo se consigue mayor número de consumidores de acuerdo a las características que inserten en sus productos, en este tipo de oferta no existe alguien que no domine el mercado.

Oferta oligopólica.- Este tipo de oferta se caracteriza por un número determinado de empresas que controlan los factores determinantes en un mercado ya que ellos determinan la oferta, el precio

y comúnmente tienen la mayoría de insumos a su favor para realizar sus productos equiparando dichos materiales.

Oferta monopólica.- Se caracteriza porque una sola entidad económica equipará la industria puesto que controla los factores del mercado en que realiza su actividad e impone que tipo de calidad, precio y cantidad prevalecerá en un determinado producto o servicio, al haber oferta monopólica siempre el mayor productor controla más del 90% del mercado.

2.4.5.-Estudio de la competencia

El estudio del análisis de la competencia es uno de los componentes representativos en el estudio de mercado debido a que este tipo de investigación busca conocer cada una de las fortalezas y debilidades de los competidores que tienen un mercado definido y en el cual una nueva empresa al querer introducirse en el mismo necesita poseer ventajas que la catapulten a tener un mejor posicionamiento dentro de la industria.

Una de las definiciones más acertadas sobre el estudio de la competencia es la que brinda Vidal (2004) en la que determina:

El análisis de la competencia es un factor clave a la hora de emprender un nuevo negocio. Normalmente cuando se emprende un nuevo negocio ya hay otras empresas que se dedican a lo mismo, por lo que conocen la forma de trabajar en ese mercado, ya están generando ingresos y tienen la confianza de sus clientes. (p. 101)

2.4.6.-Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se da cuando los consumidores no logran conseguir un determinado producto o servicio que satisfaga sus necesidades, existe dicho tipo de demanda cuando hay mayor

cantidad de individuos que buscan un bien mientras que la oferta no logra abastecer con productos al mercado.

2.4.7.-Selección del sistema de distribución

2.4.7.1.-Canales de distribución

El canal de distribución está constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo, y además, por el conjunto de personas y/o entidades que permitan la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria. (Salvador & Parra, 2008, p. 57)

La distribución está enmarcada por la ruta que toman los productos que realiza una empresa hasta llegar a su destino final que es el consumidor que adquirió dicho bien o servicio, este proceso engloba en todos los factores que están inmersos dentro de la trayectoria como las personas u organizaciones que intervienen en esta actividad.

2.4.8.-Diseño del empaque del producto

La creación de un diseño para un producto que nunca había sido empacado constituye un gran reto. Aquí el diseñador y el ejecutivo entran en un campo nuevo donde los conocimientos disponibles son de tipo muy general. Pero aun así, esta clase de creación de diseños está llegando a ser más y más importante, dado que muchos artículos los están siendo vendidos sin empaques. (Mercado , 2004, p. 257)

Para realizar un empaque se debe considerar ciertas características:

- Debe ser ligero
- Debe ser económico.

- Que no se pueda destruir fácilmente.
- Fácil de manejar
- Fácil de transportar
- Debe favorecer a la venta.

Un empaque correcto genera ventas para una organización por lo que el mismo debe someterse a una evaluación que debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- El empaque debe atraer del consumidor.
- El empaque debe presentar argumentos de ventas.
- El empaque debe crear confianza con el consumidor.
- El empaque debe aparecer limpio e higiénico
- El empaque debe ser atractivo a la vista.

2.4.9.-Precio del producto

2.4.9.1.-Análisis de precios

El precio es el valor expresado en monedas de un producto o servicio, este análisis busca la determinación de como las entidades económicas quieren vender su producto en un mercado potencial pero a su vez también centra su estudio en el precio que los demandantes están dispuestos a pagar por un bien, por lo tanto deberá haber un punto de equilibrio entre ofertantes y demandantes determinado por el valor monetario dado.

2.4.10.-Acciones para introducir el producto en el mercado

2.4.10.1.-Análisis de comercialización

La comercialización es uno de los procesos que una empresa debe llevar a cabo para llegar con un producto hacia el consumidor final, esta actividad es de relevante importancia para un negocio eficiente puesto que es parte fundamental en el funcionamiento de una empresa que determinará el éxito o fracaso de la misma, el grado de satisfacción de los consumidores dará la pauta de un buen proceso de distribución.

2.4.11.-Pronóstico de ventas

“Al pronóstico de ventas se le define como un cálculo estimado de ventas para un periodo determinado, con el fin de preparar un plan de comercialización.” (Mercado , 2004, p. 358)

Un pronóstico de ventas contempla todos los departamentos de una organización puesto que deben orientar sus planes alrededor de dicho pronóstico, esto compromete a producción, finanzas y al personal a la planeación de sus operaciones de acuerdo a las ventas pronosticadas.

2.4.11.1.-Objetivos del pronóstico de ventas

Un pronóstico de ventas ayuda a la organización a definir los siguientes objetivos para alcanzar la eficiencia en el mercado:

- Fijar metas de ventas
- Ayudar a la preparación del presupuesto de ventas.
- Ayudar a la preparación de los presupuestos de los demás departamentos de la empresa.
- Administrar adecuadamente el departamento de ventas.

2.4.11.2.-Clasificación de los pronósticos de ventas

Los pronósticos de ventas se clasifican de acuerdo a la duración del mismo en los cuales podemos encontrar los siguientes:

- Corto plazo son generalmente a un mes.
- Mediano plazo generalmente a un año.
- Largo plazo se preparan a más de un año.

2.5.-ESTUDIO TÉCNICO

2.5.1.-Definición de estudio técnico

Es uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. (Miranda, 2012, p. 127)

La descripción de la unidad productiva comprende dos conjuntos de elementos: un grupo básico que reúne los resultados relativos al tamaño del proyecto, su proceso de producción y su localización y otro grupo de elementos complementarios, que describe las obras físicas necesarias, la organización para la producción y el calendario de realización del proyecto. (Martínez, 2006, p. 91)

Se está de acuerdo en las afirmaciones anteriores de los autores ya que el estudio técnico permitirá analizar cada uno de los aspectos operativos que se van a necesitar dentro de nuestro negocio avícola para así obtener un eficiente uso de los recursos que darán sustentabilidad a la producción de carne de pollo además de cada una de las dimensiones que se encuentren en la planta

especialmente las instalaciones, maquinaria y demás equipamiento que tendrá una intervención directa o indirecta en la producción, por ello se optará por la mejor alternativa técnica de optimización.

2.5.2.- Especificaciones del producto

“Las especificaciones son las características de un producto. Estas características no se limitan únicamente al producto en sí, sino que deben incluir aspectos del servicio e, incluso, los relativos al proceso de fabricación del proveedor” (Aula, 2019).

En esta fase se detallarán las características que deberá poseer el producto para incorporarse al mercado, dicha información además servirá a la empresa para un seguimiento y control teniendo en cuenta que cada comprador tiene sus propios requerimientos en este caso es el peso en libras.

2.5.3.- Descripción del proceso de producción

“Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios” (Melé, 2017)

“Es un documento en el que se recogen datos claves de forma clara y concisa, y de las características técnicas del producto en concreto” (Bustabad, 2011)

Se está de acuerdo con los autores al hacerse énfasis en la descripción del proceso de producción ya que son diferentes actividades que se encuentran interrelacionadas para llegar a la transformación del producto final.

2.5.4.-Diagrama de flujo del proceso

“Tiene esta etapa como objetivo fundamental, la identificación de los procesos de la organización como punto de partida para su desarrollo y mejora” (Cabrera , 2010).

Como se señala por medio del autor los diagramas de flujo son representaciones gráficas y tiene como ventaja indicar la secuencia del proceso que en este caso se utilizaran en los procesos de crianza, faena miento y comercialización.

2.5.5.-Capacidad instalada de la planta

2.5.5.1.-Tamaño

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto” (Miranda, 2012, p. 128).

2.5.5.2.-Capacidad del proyecto

Según Miranda (2012) menciona tres situaciones con respecto a la capacidad del proyecto.

- Capacidad diseñada: corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.
- Capacidad instalada: corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.
- Capacidad utilizada: es la fracción de capacidad instalada que se está empleando.

Esto implica que se tendrá una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias es decir de los recursos económicos para que pueda empezar a funcionar el proyecto.

2.5.5.3.-Factores que determinan el tamaño del proyecto

Determinar el tamaño de una planta es una tarea ilimitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Estos factores contribuyen a simplificar el proceso, a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados. (Rodríguez Aranday, 2018)

- Demanda
- Organización
- Tecnología
- Infraestructura

2.5.6.-Ubicación de la empresa

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán en parte importante la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece incentivos para su grupo familiar. (Sapag , 2007, p. 107)

Dependiendo de las particularidades de cada proyecto, su localización puede ser objeto de detallados y prolijos estudios o, por el contrario, esta puede ser predeterminada espontáneamente, ya que en muchos casos la razón misma del proyecto es el resultado de una ventajosa ubicación (Miranda, 2012, p. 132)

- Macro localización
- Aspectos geográficos
- Aspectos socioeconómicos
- Aspectos de infraestructura

- Aspectos institucionales
- Micro localización

Las afirmaciones anteriores analizan que en este punto es donde se instalará la planta avícola y que ayudará a lograr la tasa de rentabilidad sobre capital, por ello se indicará cuál es la mejor alternativa en la macro localización y micro localización.

2.5.7.-Equipo e instalaciones

2.5.7.1.-Listado de equipos

Conociendo plenamente el proceso se puede hacer un listado detallado de todos y cada una de las máquinas y muebles necesarios para la operación. Se debe consignar para cada equipo, entre otros, los siguientes datos: tipo, origen, marca, capacidad diseñada, vida útil estimada, garantías, consumo de energía y otros combustibles, personal necesario para su operación, espacio ocupado, características físicas como peso, volumen, altura, etc. Resulta útil determinar la naturaleza de nacional o importado de los equipos e instalaciones. (Miranda, 2012, p. 147)

Lo anteriormente expuesto por el autor hace énfasis al análisis de todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta avícola que serán las granjas y la planta de faena miento, oficinas administrativas, cuarto frío, bodega con lo cual estaría incluido la tecnología y mano de obra.

Los precios para industria avícola son US 185 por pulgada por ejemplar (1 ejemplares) US 165 por pulgada por ejemplar (6 ejemplares) US150 por pulgada por ejemplar (12 ejemplares) (Industria Avicola, 2016, pág. 34)

Por lo tanto nuestra maquinaria tendrá 16 metros que serán distribuidos en 200 m² de espacio de toda la planta de faena miento.

Realizamos la conversión de los 16 metros en pulgadas 629.921 y utilizaremos la opción de 150 por pulgada por ejemplar (12 ejemplares) que nos da la cantidad de la maquinaria de faenamiento 94.488.15 que se detalla a continuación (Marel, 2016)

2.5.7.2.-Descripción de los insumos

“Lo mismo que con los productos se debe hacer una descripción detallada de los insumos principales y secundarios, indicando: nombre, unidad de medida, cantidad necesaria, calidad mínima exigida, precio, forma de transporte y almacenamiento, lugar de origen, etc.” (Miranda, 2012, p. 147).

2.5.8.-Distribución de la planta

2.5.8.1.-Distribución espacial

Una instalación bien planeada contribuye de manera importante a que el negocio sirva, entregue y procese las órdenes del cliente. El propósito de describir su instalación es ayudar a quienes lean su plan de negocios a que se formen una idea de cómo intenta utilizar la instalación para servir a sus clientes. (Balanko, 2008, p. 113)

2.5.8.2.-Distribución interna

“Dependiendo de la magnitud de la inversión en el terreno y la construcción, su plan de instalaciones debe aumentar en relación con el nivel de detalle que contenga; debe contener

planos del espacio, procesos y diagramas de distribución del producto” (Balanko Dickson , 2008, p. 113).

Partiendo de los supuestos anteriores se analiza todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta desde la descripción técnica del producto que en este caso es la crianza y comercialización de carne de pollo hasta la distribución interna como son los galpones y la planta de faena miento y como se manejarán los procesos adecuados a la par con tecnología ya que de esto dependerá la eficiencia del negocio

2.5.9.-Plan agregado de producción

Se define planeación agregada como el trabajo hecho a nivel táctico para definir el nivel de producción, los niveles de inventario y la mano de obra propia y subcontratada, con un horizonte de tiempo trazado a mediano plazo, que comúnmente se contempla entre 6 y 18 meses. (Betancourt , 2016)

Como se señala por medio del autor es una herramienta para adoptar tácticas respecto a los niveles de fabricación, inventarios y recursos que deben utilizarse en fabricación, para atender la demanda prevista a medio plazo.

2.5.10.-Materia prima

“Es el insumo que sufrirá precisamente el proceso de transformación y quedará plenamente involucrado en el bien producido” (Miranda, 2012, p. 116)

Vinculado al concepto del autor es un elemento de la naturaleza que se transforma para llegar a un producto final.

2.5.11.-Manejo de inventarios

El manejo de inventarios es un proceso clave en la gestión estratégica de la organización en su conjunto, tanto desde el punto de vista de servicio al cliente como en la producción y por ende en los resultados financieros. (Castro, 2015)

De conformidad con el autor el manejo de inventarios es de vital importancia para las compañías contar con un inventario bien administrado y controlado para no tener faltantes o excesos de mercancía y mejorar en la eficiencia.

2.6.-ORGANIZACIÓN

2.6.1.-Definición de estudio administrativo

El componente administrativo de los proyectos es fundamental para lograr los objetivos que perdiga el negocio. No basta con tener definido el proceso productivo en su máximo detalle para que el desempeño institucional sea eficiente. La eficacia de los resultados exige que se definan la estructura organizacional óptima y los planes de trabajo administrativo y que se determinen, en función de estos, los requerimientos de recursos humanos, materiales y financieros. (Sapag , 2007, p. 135)

El estudio administrativo de un proyecto de inversión considera los aspectos legales, contables y administrativos relacionados. En este estudio, entre otros elementos, se hace una revisión del tipo de sociedad con la que se llevará el proyecto, la planeación de actividades, la organización de funciones y puestos, el establecimiento de controles y la selección y reclutamiento de personal. (Garcia , 2015, p. 355)

El pertinente estudio administrativo se enfoca en la definición de la estructura de una organización u empres es por eso que se debe plantear cada una de las actividades que se encaminaran para echar andar el negocio, también se detallará cada uno de los recursos que necesita esta entidad ya sean estos materiales, financieros o humanos cada uno de estos se vincula para alcanzar las metas trazadas.

2.6.2.-Planificación estratégica

Al abordar el tema del plan estratégico es imprescindible rescatar el argumento de Sainz de Vicuña (2017) que determina:

La dirección estratégica es el proceso que, mediante las funciones análisis planificación, organización, ejecución y control persigue la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, a través de la adecuación de los recursos y capacidades de la empresa y su entorno a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en la organización. (p. 67)

2.6.2.1.- Misión

Para Equipo Vértice (2007) determina: “La misión de la empresa es el punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva y comercial) de la misma.” (p. 40).

En la misión de una empresa se destaca la razón de ser la misma y detalla el desarrollo de la actividad empresarial así también como las funciones que ejercerá el negocio en un entorno determinado para la ejecución de sus objetivos y metas. Los elementos que se definen en una misión son: la necesidad a tender, los clientes a alcanzar y los productos y servicios a ofertar.

2.6.2.2.-Visión

La visión de la empresa constituye el conjunto de representaciones tanto efectivas como racionales, que un individuo o un grupo de individuos asocian a una empresa o institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones de dicho grupo de individuos, como reflejo de la cultura de la organización en las percepciones del entorno. (Equipo Vertice , 2007, p. 39).

Lo concerniente a la visión empresarial se puede denotar como un negocio se ve asimismo en un largo plazo es decir son las expectativas que esperan los dueños de la organización toda visión debe ser lo más realista posible pero a su vez debe poseer ambición con el fin de motivar tanto a accionistas y trabajadores de la empresa.

2.6.2.3.-Valores corporativos

Al hablar de valores se hace referencia a los principios operativos u organizacionales que rigen el comportamiento interno de una compañía estos deben ser firmes e inquebrantables para que proporcione ventajas tanto en el nivel y externo de la compañía.

Cada uno de los principios que una organización desee implementar en una empresa dictamina la conducta tanto de empleados como de altos ejecutivos para comprendan las diferencias entre actos malos y buenos que los individuos involucrados en un negocio puedan ejercer en el mismo.

2.6.3.-Organigrama de la empresa

Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, par amostrar como quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. (Baca, 2010)

Se conformará el organigrama de acuerdo al personal que exista en la empresa definiendo las tareas laborales de acuerdo al perfil profesional para que tengan un mejor desempeño en las distintas actividades.

2.6.4.-Mano de obra requerida

Según Miranda (2012) menciona dos tipos de mano de obra que son las siguientes:

Mano de Obra Directa: Son los operarios que participan directamente en el proceso de transformación, como: obreros, operarios de máquinas, alimentadores de equipos, cargadores.

Mano de Obra Indirecta: Corresponde a: gerente técnico, jefes de departamentos técnicos, supervisores, personal de laboratorio, personal de servicios auxiliares (almacén, control de calidad, seguridad, enfermería, etc.), con sus respectivas prestaciones.

2.6.5.-Perfiles de puesto

“Los perfiles de puesto son descripciones concretas de las tareas, responsabilidades y características que tiene un puesto en la organización” (Coindreau, 2016)

Como se señala por medio del autor los perfiles de puesto nos ayudaran a identificar las funciones que cada empleado según su cargo tiene que realizarlas.

2.6.6.-Descripciones de puesto

La descripción de puestos es una herramienta utilizada en el área de capital humano que consiste en enlistar y definir las funciones y responsabilidades que conforman cada uno de los puestos laborales incluidos en la estructura organizacional de la empresa y detallando la misión y el objetivo que cumplen de acuerdo a la estrategia de la compañía. (Pérez, 2015, p. 65)

2.6.7.-Aspectos fiscales a considerar

El sistema tributario ecuatoriano es amistoso para los extranjeros, ya que solo se gravan los ingresos obtenidos en Ecuador. Se aplican las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y los estados financieros deben presentarse anualmente ante los entes reguladores del servicio de rentas internas y superintendencia de compañías. (Equipo Legal Ecuador , 2017)

Como se puede inferir por parte del autor las empresas una vez registradas en SRI obtendrán su RUC, además las empresas están sujetadas a un impuesto sobre sociedades de 25% sobre sus ingresos mundiales, agregado a esto se encuentra el impuesto sobre la propiedad entre 0.025% y 0.3% y el impuesto sobre las ganancias de capital este se basa en un porcentaje del 0.5% de la diferencia entre el precio de compra y venta de la propiedad.

2.6.8.-Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa

El derecho económico, es uno de los derechos reconocidos y garantizados por los Derechos Humanos y la Constitución del Ecuador a todas las personas, es así que el artículo 33 de la Constitución, determina que: “El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía...” (CONSTITUCIÓN, 2019)

Por ello la política económica de nuestro país, tiene entre algunos de sus objetivos asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional; asegurar la soberanía alimentaria y energética; propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y

eficientes; e impulsar un consumo social y ambientalmente responsable, todos estos contenidos en el marco jurídico constitucional, que representa nuestra propuesta de empresa.

Para fundar la planta de crianza y comercialización avícola se analizó las cinco especies existentes de acuerdo con la ley compañías.

Art. 2.- hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- “La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.” (LEY DE COMPAÑIAS, 2018)

De estas las que resulta más favorable para nuestro emprendimiento es la sociedad anónima por el motivo que la Avícola contará como mínimo con 2 socios.

2.6.8.1.-Organización jurídica

De acuerdo con la ley de compañías, Avícola Produtambo S.A. será sociedad anónima por ello se deberá atender los siguientes artículos principales.

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar.

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá la declaración juramentada de los comparecientes sobre lo siguiente: 1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato; 2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla; 3. El objeto social, debidamente concretado; 4. Su denominación y duración; 5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital; 6. La indicación de lo que cada socio suscribe y pagará en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado y la declaración juramentada, que deberán hacer los accionistas fundadores, sobre la correcta integración y pago del capital social, conforme lo indica el segundo inciso del artículo 147 de la Ley de Compañías. 7. El domicilio de la compañía; 8. La forma de administración y las facultades de los administradores; 9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales; 10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía; 11. Las normas de reparto de utilidades; 12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y, 13. La forma de proceder a la designación de liquidadores. En caso de que una sociedad extranjera fuere fundadora de una compañía anónima, en la escritura de fundación deberán agregarse una certificación que acredite la existencia legal de dicha sociedad en su país de origen.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Art. 165.- El contrato de formación de la compañía determinará la forma de emisión y suscripción de las acciones. La suscripción de acciones es un contrato por el que el suscribiente se

compromete para con la compañía a pagar un aporte y ser miembro de la misma, sujetándose a las normas del estatuto y reglamentos, y aquella a realizar todos los actos necesarios para la constitución definitiva de la compañía, a reconocerle la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente a cada acción suscrita.

Art. 176.- Los títulos de acción estarán escritos en idioma castellano y contendrán las siguientes declaraciones: 1. El nombre y domicilio principal de la compañía; 2. La cifra representativa del capital autorizado, capital suscrito y el número de acciones en que se divide el capital suscrito; 3. El número de orden de la acción y del título, si éste representa varias acciones, y la clase a que pertenece; 4. La fecha de la escritura de constitución de la compañía, la notaría en la que se la otorgó y la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, con la indicación del tomo, folio y número; 5. La indicación del nombre del propietario de las acciones; 6. Si la acción es ordinaria o preferida y, en este caso, el objeto de la preferencia; 7. La fecha de expedición del título; y, 8. La firma de la persona o personas autorizadas.

Art. 181.- Los accionistas tendrán derecho preferente, en proporción a sus acciones, para suscribir las que se emitan en cada caso de aumento de capital suscrito. Este derecho se ejercerá dentro de los treinta días siguientes a la publicación por la prensa del aviso del respectivo acuerdo de la junta general.

Art. 230.- La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Art. 231.- La junta general tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía. Es de competencia de la junta general: 1. Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo

hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo; 2. Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría externa en los casos que proceda. No podrán aprobarse ni el balance ni las cuentas si no hubieren sido precedidos por el informe de los comisarios; 3. Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario; 4. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales; 5. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones; 6. Resolver acerca de la amortización de las acciones; 7. Acordar todas las modificaciones al contrato social; y, 8. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía; nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación.

Art. 291.- Del balance general y del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y sus anexos, así como del informe se entregará un ejemplar a los comisarios, quienes dentro de los quince días siguientes a la fecha de dicha entrega formularán respecto de tales documentos un informe especial, con las observaciones y sugerencias que consideren pertinentes, informe que entregarán a los administradores para conocimiento de la junta general.

Art. 292.- El balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y sus anexos, la memoria del administrador y el informe de los comisarios estarán a disposición de los accionistas, en las oficinas de la compañía, para su conocimiento y estudio por lo menos quince días antes de la fecha de reunión de la junta general que deba conocerlos.

Art. 293.- Toda compañía deberá conformar sus métodos de contabilidad, sus libros y sus balances a lo dispuesto en las leyes sobre la materia y a las normas y reglamentos que dicte la Superintendencia de Compañías y Valores para tales efectos.

Art. 296.- Aprobado por la junta general de accionistas el balance anual, la Superintendencia de Compañías y Valores podrá ordenar su publicación, de acuerdo con el reglamento pertinente.

Art. 297.- Salvo disposición estatutaria en contrario, de las utilidades liquidadas que resulten de cada ejercicio se tomará un porcentaje no menor de un diez por ciento, destinado a formar el fondo de reserva legal, hasta que éste alcance por lo menos el cincuenta por ciento del capital social. En la misma forma debe ser reintegrado el fondo de reserva si éste, después de constituido, resultare disminuido por cualquier causa.

2.6.8.2.-Permisos de funcionamiento

Aspectos legales por parte de AGROCALIDAD y MAGAP

El Art. 12 del Reglamento General a la Ley de Sanidad Animal, el mismo que indica “El SESA (Hoy AGROCALIDAD) deberá mantener a nivel de las agencias locales, la ficha sanitaria de todos los predios donde exista ganado a fin de organizar las campañas sanitarias de prevención, control y erradicación de enfermedades y extender la certificación de que está bajo control oficial”; publicado en el Registro Oficial Suplemento # 315 de 16-abril-2004; (Vizcaino Cabezas, 2014)

El Art. 14.- el permiso de funcionamiento sanitario de funcionamiento será habilitado una vez que AGROCALIDAD verifique el cumplimiento de las disposiciones establecidas en esta resolución. (Vizcaino Cabezas, 2014)

Registro de contribuyente

Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, apoderado o liquidador designado, según corresponda. (Servicio de Rentas Internas, 2019)

- Original y copia simple de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia simple del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia simple
- Remitirse a la hoja de identificación correspondiente a requisitos generales para verificar la identificación del representante legal y la ubicación de la sociedad
- Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público, se deberá presentar la misma en medio magnética de acuerdo a la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI.

Patente municipal

Requisitos del trámite necesarios según (Sistema Impositivo Municipal, 2019)

- Obtención de Patentes por primera vez.
- Presentar en las Administraciones Zonales los siguientes requisitos dependiendo el caso:
- Requisitos generales:
- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.

- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Cuerpo de Bomberos

El proceso para sacar el permiso de funcionamiento en el Cuerpo de Bomberos del Cantón Mejía es el siguiente:

Requisitos:

- Formulario de solicitud LUAE
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística.
- Copia de RUC
- Copia cedula del representante legal
- Copia de papeleta de votación vigente del presente legal
- Copia del nombramiento del representante legal
- Autorización del dueño si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada

Registro Sanitario

Para el registro sanitario se registrará en el ARCSA en el área de establecimientos y conservación de carne y sus derivados.

En establecimientos destinados a la manufactura y conservación de productos cárnicos. Opcionalmente, podrán contar con la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura de conformidad a la normativa vigente.

Funcionarán bajo la responsabilidad técnica de un profesional con el perfil descrito en la normativa pertinente, vigente. Los establecimientos comercializadores y medios de transporte de productos y subproductos cárnicos no procesados deben estar registrados previamente en AGROCALIDAD.

Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento

Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Categorización otorgada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

2.7.-ESTUDIO FINANCIERO

2.7.1.-Definición del estudio financiero

“Presupuesto y cronología de las inversiones, estimadas en forma agregada y basadas en cotizaciones actualizaciones” (Miranda, 2012, p. 33).

El análisis de estados financieros, también conocido como análisis económico-financiero, análisis de balances o análisis contable, es un conjunto de técnicas utilizadas para

diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos. (Amat Salas, 2008, pág. 7)

De acuerdo con los autores se maneja de manera ordenada la información absolutamente de todos los recursos económicos que se invertirán antes de que el proyecto empiece a funcionar especialmente del estudio técnico que al finalizar se realizará la respectiva evaluación para saber si el proyecto es rentable o no, por ello se realizará de forma detallada toda la cantidad de dinero para la materia prima, materiales e insumos que se necesitaran en toda la planta.

2.7.2.-Depreciaciones

“Se trata de la depreciación de activos fijos que tienen su origen en el área administrativa, tales como: muebles, equipos de cómputo y equipos de oficina” (Miranda, 2012, p. 220).

Como se puede inferir del autor es un mecanismo para determinar la pérdida y el desgaste que sufre un bien o activo conforme pasa el tiempo.

2.7.3.-Detalle de gastos mensuales

“Gasto es la utilización o consumo de un bien o servicio a cambio de una contraprestación, se suele realizar mediante una cantidad saliente de dinero” (Lopez, 2019, p. 53).

- Gastos operacionales
- Gastos de administración
- Gasto de ventas

- Gastos financieros
- Gastos imprevistos

De acuerdo con el autor los gastos detallados mensualmente se manejarán mediante tablas para analizar el desembolso de una cantidad de dinero y llevará asociada una contraprestación.

2.7.4.-Estados financieros proyectados

2.7.4.1.-Estados financieros proforma

“El estado pro forma de flujos de caja muestra la forma en que usted espera ver el dinero moverse dentro y fuera de su empresa” (Balanko , 2008, p. 145).

Los estados financieros representan la estructura de cómo se encuentra financieramente la empresa por eso estos balances se realizan con normas de contabilidad para que puedan ser analizados cada uno de los elementos económicos de la planta.

2.7.4.2.-Estado de situación financiera

Es un estado financiero básico que tiene como fin indicar la posición financiera de una empresa, o ente económico, en una fecha determinada (Baena , 2014, p. 33).

En este estado se presentan todos los activos, pasivos y patrimonios de la empresa en el cual se puede analizar la posición financiera de la empresa.

2.7.4.3.-Estado de resultados

Para la elaboración del estado de resultados se utiliza la contabilidad de causación mediante la cual las ventas se registran cuando se realizan, independientemente que se recauden en el mismo momento (Orozco, 2016, p. 65).

2.7.5.-Punto de equilibrio

Es el nivel en el cual las ventas generan ingresos suficientes para cubrir los costos

2.7.6.-Capital de trabajo

“Activos corrientes que representan la parte de la inversión que pasa de una forma a otra en la conducción normal del negocio” (Miranda, 2012, p. 554).

En relación con las implicaciones del autor el capital de trabajo de la empresa es necesario para poder operar y cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra entre otros y estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

2.7.7.-Sistema de financiamiento

2.7.7.1.-Plan de inversión inicial del proyecto

“Conocida como costos de inversión o inversión antes de la puesta en marcha, está representada los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo” (Meza Orozco, 2016, p. 68).

La inversión inicial viene a ser los gastos de la planta de faena miento ya que acoge todos los activos y serán determinados para la posterior evaluación económica del proyecto.

2.7.7.2.-Financiamiento

Es un mecanismo por medio en el cual se concede un crédito el término es decir sirve para referirse a un conjunto de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, ya sea a nivel personal u organizacional. (Orozco, 2016).

2.7.7.3.-Recursos propios

Son fortalezas internas como lo es el aporte de los socios, terreno, entre otros.

2.7.7.4.-Presupuesto de caja

Según (Balanko , 2008, p.133) “un presupuesto de caja se crea mediante la combinación de los presupuestos de siete áreas”.

- Pronostico de ventas
- Personal
- Operación y costos de ventas
- Administración
- Financiera
- Capital
- Desarrollo

Un presupuesto brindará ventajas a la empresa ya que con ello se establecerá el costo total del producto después de haber realizado el análisis entre los costos y gastos

2.7.7.5.-Costos totales

“En el corto plazo, los insumos fijos no cambian, y los costos totales son equivalentes a la suma de los costos fijos más los costos variables” (Baena, 2014, p. 34).

Costos fijos: permanecen estables por lo tanto no varían entre el más común es el sueldo de los trabajadores

Costos variables: se presentan como los gastos imprevistos que se pueden presentar por parte de la empresa.

2.7.7.6.-Costos de producción

Dentro de estos se encuentran los costos de materia prima, costos de mano de obra, costos indirectos de fabricación, materia prima, mano de obra directa e indirecta.

2.7.8.-Evaluación financiera

“Es la presentación en forma procesada de la información de los estados financieros de una empresa y que sirve para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones, fusiones, concesión de crédito, etc.” (Miranda, 2012, p. 166)

2.7.8.1.-Relación Beneficio-Costo

Principio económico que establece que deben tomarse decisiones financieras y llevarse a cabo acciones solo cuando los beneficios adicionales exceda los costos adicionales.

2.7.8.2.-Costo promedio ponderado de capital

Indica exactamente a los administradores que tipo de rendimiento sobre sus inversiones en planta y equipo, publicidad y recursos humanos se debe ganar para que la empresa satisfaga a los inversionistas. En esencia es la tasa mínima de rendimiento aceptable que una empresa debe ganar sobre cualquier inversión que realice.

De acuerdo con el autor esta fase se realiza para garantizar una asignación óptima de los recursos económicos disponibles teniendo en cuenta el costo de los insumos y la magnitud del impacto que produce en el medio económico donde se inserta.

2.7.9.-Análisis de sensibilidad

2.7.9.1.-Cálculo del valor actual neto (VAN)

“Valor actual en dólares de un monto futuro; es decir, la cantidad de dinero que debería invertirse hoy a una tasa de interés determinada durante un periodo específico, para igualar el monto futuro” (Lawrence & Chad, 2012, p. 209) .

2.7.9.2.-Calculo de tasa interna de retorno (TIR)

Tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión con \$0 (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. (Lawrence & Chad, 2012, p. 372)

De acuerdo con los autores el análisis de sensibilidad, evalúa el riesgo que puede existir por diferentes alternativas con la finalidad de obtener una percepción del grado de variación entre los rendimientos en el cual se puede analizar el riesgo de las inversiones.

2.7.9.4.-Tasa de descuento

“Es la medida de rentabilidad mínima que se le puede exigir al proyecto, tomando en cuenta también el riesgo para que sea rentable” (Tapia, 2019, p. 58).

CAPÍTULO II

3.-DESARROLLO

3.1.-NATURALEZA DEL PROYECTO

3.1.1.-Nombre de la empresa

El nombre de una empresa representa un factor importante a la hora de comunicar los datos informativos a los clientes potenciales y a los trabajadores que formaran parte del grupo empresarial, por lo tanto al ser un negocio de comercialización de carne de pollo se verá identificado en su razón social.

Al ser la crianza de aves una actividad agrícola vinculada directamente con el campo se ha considerado moldear el nombre en base a estos factores en los cuales se verá reflejado la actividad a la que se enfoca el negocio y que sea de un entendimiento eficaz con los consumidores.

De acuerdo a lo antes mencionado se decidió nombrar a la empresa **“Avícola PRODUTAMBO S.A.”** que referencia claramente las actividades de la organización, además se trabajará bajo el nombre de una marca para que los consumidores se familiaricen más con el producto y con la empresa.

3.1.2.-Giro de la empresa

Al tener un proceso mecanizado la **“Avícola PRODUTAMBO S.A.”** se proyecta como una empresa con un giro industrial puesto a sus operaciones tecnificadas que hacen más eficiente los procesos productivos de cada una de las operaciones en el carácter de la actividad de la comercialización de carne de pollo.

3.1.3.-Descripción de productos o servicios

3.1.3.1.-Uso

La carne de pollo representa la alimentación de un gran porcentaje de la población ecuatoriana y alrededor del mundo tiene una gran acogida por sus innumerables beneficios al ser una carne blanda y fácil de digerir esta se convierte en un alimento bajo en grasas y a su vez contiene varios nutrientes que aporta de una buena manera en el cuerpo de los individuos que consumen este producto.

El pollo se presenta en la dieta de la mayoría de personas por su gran variabilidad de preparación esto quiero decir que es fácil de preparar y por lo general se ajusta a los bolsillos de los consumidores puesto a su valor menor en promedio de los otros tipos de cárnicos.

3.1.3.2.-Usuarios

El producto está dirigido hacia los negocios comercializadores de carne de pollo en virtud de que a través de ellos se llega al consumidor final que son las familias las cuales adquieren el producto para satisfacer su necesidad de alimentación, la empresa Avícola “PRODUTAMBO S.A.” al dirigirse a un segmento de negocios en particular genera la búsqueda de penetrar en el mercado y posicionarse en el mismo.

3.1.3.3.-Presentación

La presentación del producto desde la empresa a cada uno de los distribuidores del Cantón Mejía será bajo una funda sellada ergonómicamente la cual permita la fácil manipulación del producto y al ser distribuido la carne no tenga contacto con ningún patógeno esto asegura las características del producto como también la calidad del cárnico.

La funda plástica sellada será adaptada con la marca de la empresa para el reconocimiento de la misma por parte de los consumidores del producto.




3.1.3.4.-Composición

Al buscar la satisfacción de cada uno de los comercializadores de carne avícola se puede destacar la composición del producto mediante la presentación del mismo.

Las presentaciones que brindará la empresa a los distribuidores están enmarcadas a tres líneas de subproductos:

- Pollo entero con menudencias.
- Pollo entero sin menudencias.
- Menudencias.

Tabla 1
Composición del producto.

Línea de producto.	Características	Ilustración.
Pollo entero con menudencias	Consta de un pollo completo que incluye las menudencias tales como: 2 patas, 1 cabeza con pescuezo, 1 hígado y 1 corazón.	
Pollo entero sin menudencia	Consta de un pollo completo sin ninguna menudencia.	
Menudencias	Consta del enfundado con el peso exacto de cabezas, cuellos, patas y vísceras del pollo para su posterior comercialización	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.1.4.-Ubicación esperada de la empresa

La Avícola “Produtambo” S.A. estima su ubicación esperada en el sector de Tambillo perteneciente al Cantón Mejía, en virtud de los costos de los terrenos son accesibles para el comienzo de un negocio el cual necesita un espacio considerable para la construcción de galpones de crianza y la planta de faenamiento, por lo tanto se decidió poner la organización en la Barrio de Tambillo Viejo porque el mismo cuenta con todos los servicios públicos y además se considera como un punto estratégico para la distribución de los productos.

3.1.5.-Tamaño esperado de la empresa

La empresa Avícola “Produtambo” S.A. se proyecta a ser una (MIPYMES) en virtud de caracterizarse como una pequeña empresa que iniciará sus actividades con 13 trabajadores y con un capital promedio de \$100.000 a \$1.000.000 de dólares cada una de estas características determinan el tamaño esperado de la empresa con la predisposición de los años siguientes de operación crezca el negocio cambiando así dicho tamaño.

3.1.6.-Análisis de la industria

3.1.6.1.-Industria Avícola en Ecuador

En el Ecuador la actividad avícola inicio en el año 1957 al nacer la planta de incubación artificial llamada Avícola Helvética, pero el verdadero negocio aviar surgió en 1970 tras el aparecimiento de empresas ubicadas en provincias tales como Pichincha, Guayas y Manabí las cuales obedecían a la actividad de crianza de pollos y comercialización de huevos.

En la actualidad la producción avícola en el Ecuador se caracteriza por ser una de las actividades productivas más significativas en la economía del país en la cual se destacan dos elementos

preponderantes como es la producción de carne de pollo y la producción de huevos, dentro de estos dos procesos sobresale la crianza de pollos para el consumo puesto que es un alimento que se consume frecuentemente en la alimentación del país, con todos estos factores esta actividad se ha convertido en una fuente de trabajo muy rentable para la población.

La producción avícola alcanza las tres regiones geográficas del Ecuador exceptuando la región insular, la Costa, Sierra, y Oriente ecuatoriana tienen mayor concentración de esta actividad distribuyéndose de la siguiente manera:

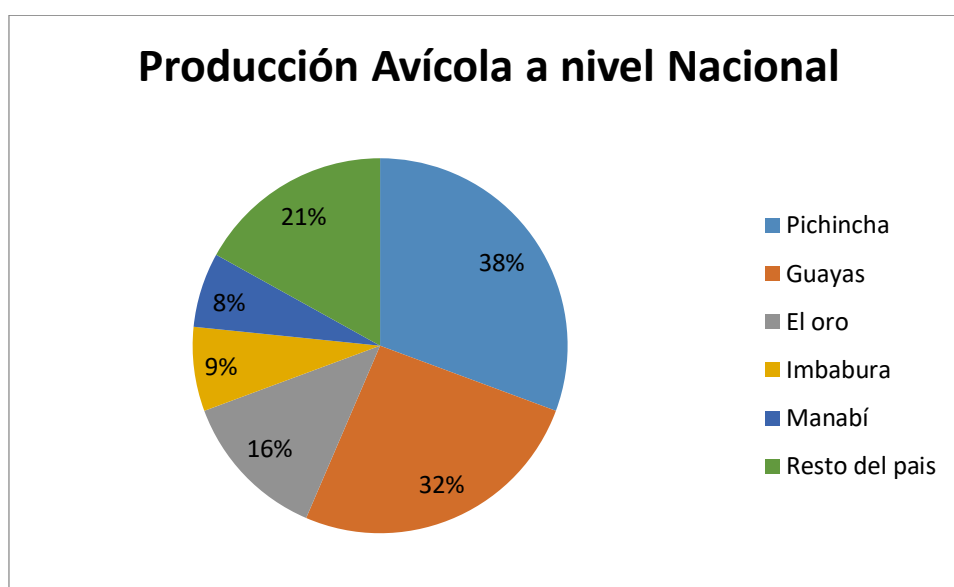


Figura 1
Producción Avícola a nivel nacional

Fuente: Superintendencia de control del poder del mercado (2015). Intendencia Zonal 7. Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Existen alrededor de 1819 granjas avícolas en el país. Esta industria genera 32.000 fuentes de trabajo de manera directa y alrededor de 220.000 plazas de empleo para la población ecuatoriana de forma indirecta, además este sector productivo genera un ingreso bruto aproximado de 1.272 millones al año que equivalen a una participación del 18% del PIB.

En el Ecuador existen dos tipos de sistemas de producción el extensivo que lo utilizan las pequeñas empresas de crianza aviar mientras que las grandes empresas que lideran el mercado a

nivel nacional utilizan la producción intensiva o a gran escala, cada una de estos sistemas se pueden medir mediante la cantidad de aves faenadas.

La industria avícola es repartida de la siguiente manera, el 60% del mercado nacional es equiparado por PRONACA mientras que el otro 40% restante se reparte entre grupos de empresas grandes y medianas de producción de pollos, se puede determinar de acuerdo a los datos antes mencionados que existe oligopolio en la industria

Al existir un oligopolio en la industria la actividad avícola se caracteriza por la suficiente capacidad de producción son las que sobreviven en un mercado potencial.

Las principales empresas que lideran en la industria Avícola Ecuatoriana, entre pequeñas, medianas y grandes empresas productoras de pollo Broiler que se destaca por ser la principal raza de engorde para consumo de carne, entre estas organizaciones se puede destacar a las siguientes:

- PRONACA
- AVICOLA SAN ISIDRO
- AVITALSA
- INTEGRACIÓN AVICOLA ORO
- PROAVICEA

3.1.7.-Ventajas competitivas

- **Situación geográfica estratégica.-** Al ubicarse en Tambillo La empresa Avícola “Produtambo” S.A. obtiene una ubicación geográfica estratégica para la distribución de su línea de productos puesto que se puede llegar con los productos tanto a Quito, al Cantón Rumiñahui y todo el Cantón Mejía eficazmente al tener una ubicación intermedia entre estos sectores llegando a cubrir más mercado potencial.

- **Marca distintiva.-** la empresa al proponer una marca que distinga a su línea de productos garantiza el conocimiento de clientes potenciales acerca de la Avícola al referenciar cada uno de sus productos con el sello de la marca de la empresa esto garantiza la imagen de la empresa, como también la calidad que conlleva cada uno de los productos.
- **Procesos tecnificados.-** En la planta de faenamiento cada uno de los procesos tendrá tecnología es por esto que se agilizará la salida de productos terminados para la venta se crea una ventaja competitiva con los productores artesanales que no cuentan con las herramientas técnicas para la producción en masa.

3.2.-ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un análisis que brinda ayuda en la dirección de un negocio para que el mismo no concluya en un fracaso contundente, este estudio centra su ejecución en la búsqueda de oportunidades o necesidades insatisfechas en un mercado potencial, determinando así la competencia inmersa en el sector que una empresa se va desarrollar como también se conocerá sobre la opinión de los consumidores.

3.2.1.-Objetivo general del estudio de mercado

Determinar la oferta y la demanda de la carne de pollo en la población del Cantón Mejía mediante el uso de fuentes primarias como la encuesta para obtener el conocimiento previo de consumo del producto por parte de los consumidores.

3.2.2.-Objetivos específicos

- Identificar el mercado objetivo del proyecto para la venta carne de pollo en el Cantón Mejía de la Provincia de Pichincha.
- Determinar la oferta existente de carne de pollo en el mercado potencial.
- Cuantificar la demanda insatisfecha de carne de pollo.
- Identificar las principales empresas competidores en el mercado potencial.
- Definir las estrategias para introducir el producto en el mercado.

3.2.3.-Características del segmento de mercado

3.2.3.1.-Segmentación de mercado

El mercado objetivo que será puesto a investigación para el proyecto serán todos los negocios comercializadores de carne de pollo en el Cantón Mejía tales como tiendas, bodegas, tercenas, restaurantes, asaderos y supermercados, cada uno de estos establecimientos adquieren directamente los pollos para su posterior comercialización.

3.2.3.2.-Determinación del universo

El presente proyecto se realizará en el Cantón Mejía de la Provincia de Pichincha en el cual según datos del INEC 2017 existen 950 establecimientos que distribuyen carne avícola, en este tipo de empresas se pueden destacar tiendas, bodegas, tercenas, supermercados y asaderos que conforman la población de la investigación.

Negocios distribuidores según Clasificación Industrial internacional Uniforme CIIU4 (4 y 6 dígitos) de carne avícola en el Cantón Mejía.

Tabla 2
Número de empresas del Cantón Mejía, 2017.

Descripción de actividad Económica	No. de empresas
Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.	42
Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etc.	569
Venta al por menor de alimentos, bebidas y productos del tabaco en puestos venta o mercados.	10
Restaurantes cevicherías, picanterías, cafeterías, etc. incluido comida para llevar	290
Restaurantes de comida rápida puestos de refrigerio y establecimientos que ofrecen comida para llevar, reparto de pizza, etcétera; heladerías, fuentes de soda, etcétera.	39
Total	950

Fuente: INEC 2017. Elaborado: INEC 2017.

3.2.3.3.-Cálculo del tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se tomara en consideración el tipo de muestreo probabilístico puesto que se toman como referencia a distintos establecimiento que comercializan productos alimentarios tomando en cuenta la disponibilidad y el acceso que pueden dar este tipo de negocios, la muestra en el proyecto orientará al estudio de mercado a asegurar la credibilidad del mercado objetivo que se conocerán mediante los resultados obtenidos en la investigación.

Para el proyecto se utilizara la formula conociendo el tamaño de la población la cual es detallada a continuación:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

N = total de elementos que conforman el universo

Z = Nivel de confianza.

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso.

d = Error muestral (error máximo admisible en términos de proporción)

Desarrollo del cálculo:

$$n = \frac{950 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (950 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{912.38}{3.}$$

$$n = 273.74$$

$$n = 274 \text{ ENCUESTAS}$$

Luego de haber calculado la fórmula de la muestra se deben realizar 274 encuestas a los negocios o establecimiento comercializadores de carne avícola en el Cantón Mejía. Al no contar con un listado detallado de cada uno de los establecimientos se procederá con un muestreo aleatorio simple en el cual cada uno de los negocios podrá ser escogidos en virtud de la accesibilidad.

3.2.3.4.-Diseño del instrumento de investigación

La información que necesita el proyecto se deberá obtener directamente de los comercializadores de carne de pollo por lo que se tomará en consideración a los dueños y propietarios de los establecimientos ubicados en el Cantón Mejía, para determinar este tipo datos se aplicará una encuesta.

Encuesta: En este instrumento se diseñará un cuestionario con varias preguntas relacionadas a la demanda de pollo en el mercado potencial al cual se pretende ingresar para conocer cuáles son los factores que determinan los gustos y preferencias de los establecimientos que se encargan de comercializar la carne avícola, además de determinar los puntos fuertes y debilidades de las empresas competidoras.

3.2.4.-Demanda potencial

3.2.4.1.-Análisis de la demanda

El consumo per cápita de pollo en el Ecuador ha logrado un incremento proporcional correspondiente al 400% Pasando de 7 k/p/año en 1990 a 30 kg/p/año en el año 2013 como lo supo mencionar en su artículo la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. El incremento en la demanda se debe al aumento de la población además de que la carne tiene un valor menor a la hora de ser elegida y es consumida entres dos a tres veces a la semana.

3.2.4.2.-Comportamiento histórico de la demanda

Para la determinación de la demanda de consumo de carne de pollo en el Cantón Mejía se requiere de información muy relevante, al momento no existe una base de datos oficial por parte de organismos como la Superintendencia de Control de Poder de Mercado y el MAGAP estas entidades solo recaban información superficial referente al estudio.

La demanda de carne de pollo en el Ecuador ha incrementado en los últimos esto por distintos factores acerca del producto como sus nutrientes y proteínas además también de su precio que se ajusta al bolsillo de los consumidores finales.

Por lo tanto se tomará en consideración para la investigación datos poblacionales del INEC con los establecimientos u empresas que comercializan la carne y bases de datos con información que brinda CONAVE (Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador), cada uno de estos aporta datos muy importantes para realizar la demanda histórica.

Tabla 3
Promedio de pollos que se demandan semanalmente en el Cantón Mejía

Descripción de actividad Económica	No. de empresas	Promedio de pollos por semana
Venta al por mayor de alimentos	42	113
Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas.	569	1537
Venta al por menor de alimentos, bebidas y productos del tabaco en puestos venta o mercados.	10	27
Restaurantes cevicherías, picanterías, cafeterías, etc. incluido comida para llevar	290	783
Restaurantes de comida rápida puestos de refrigerio y establecimientos que ofrecen comida para llevar.	39	105
Total	950	2565

Fuente: (INEC 2017), (CONAVE 2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Demanda de distribuidores: = 2.565 pollos x 48 semanas anuales.

Demanda de distribuidores: =123.120 pollos al año

Se estima que en el Cantón Mejía existe una demanda semanal de carne avícola en 2.565 pollos con un peso estimado 1.81437 kg y 2.72155 kg por cada unidad del producto.

3.2.4.3.-Demanda histórica de pollos en el Cantón Mejía

Tabla 4
Demanda histórica de carne de pollo en el Cantón Mejía.

Año	Población	Consumo per cápita/ kg	Kilogramos	Toneladas métricas
2014	93.353,00	29,38	2.742.711	2.742,71
2015	95.759,00	28,79	2.756.902	2.756,90
2016	98.193,00	28,2	2.769.043	2.769,04
2017	100.650,00	29,25	2.944.013	2.944,01
2018	103.132,00	31,02	3.199.155	3.199,15

. Fuente: (INEC 2019), (Asociación Latinoamericana de Avicultura 2018). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Demanda histórica = (103.132 Habitantes Cantón Mejía) x (31.02 Kg por individuo al año)

Demanda histórica = 3.199.155/ 1000 kilos por tonelada.

Demanda histórica = 3.199.15 toneladas para el año 2018

Los datos tomados de la Asociación Latinoamericana de Avicultura (ALA) acerca del consumo Per Cápita de los ecuatorianos y el crecimiento poblacional tomado del INEC se pudo conocer que la demanda histórica en el Cantón Mejía es de toneladas Métricas para el año 2018 es de 3.199.15 toneladas métricas.

3.2.4.4.-Determinación de la demanda actual

Para el cálculo de la demanda actual de pollos se tomara como referencia a la población actual del cantón Mejía mediante las proyecciones de la población ecuatoriana según cantones 2010 a

2019 del INEC, en este documento se estima una población de (105.637) habitantes para el año 2019, además se tomara como factor preponderante al consumo Per Cápita de carne avícola a nivel nacional que fluctúa en 32kg persona como se menciona en un artículo de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador. (CONAVE)

Tabla 5
Demanda actual

Demanda Actual				
Año	Población	Consumo Per Cápita	kilos de pollo	Toneladas
2019	105.637,00	32,00	3.380.384,00	3.380,38

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.4.6.-Proyección de la demanda

Para el cálculo de la proyección se tomará como valor referencial el peso promedio de un pollo completo con viseras que oscila entre los 2.7 kg y en conversión a libras da un promedio de 6 lb.

Tabla 6
Proyección de la demanda.

Año	Total demanda (toneladas)	Factor de crecimiento población (g)	Tasa de consumo Per Cápita (i)	((g+i)/100)+1	Demanda proyectada (toneladas)	Demanda en kilos	Demanda pollo con menudencia (34.3%)	Demanda pollo sin menudencia (55.5%)	Demanda pollo con y sin menudencia (5.8%)
2019	3380,38								
2020		1,56	4,89	1,0645	3.598,41	3.598.414,51	1.234,26	1997,12	208,71
2021		1,56	4,89	1,0645	3.830,51	3.830.512,25	1.313,87	2125,93	222,17
2022		1,56	4,89	1,0645	4.077,58	4.077.580,29	1.398,61	2263,06	236,50
2023		1,56	4,89	1,0645	4.340,58	4.340.584,21	1.488,82	2409,02	251,75
2024		1,56	4,89	1,0645	4.620,55	4.620.551,90	1.584,85	2564,41	267,99
				Total	20.467,64	20.467.643,15	7.020,40	11359,54	1187,12

Fuente: Countrymeters (2019), Asociación Latinoamericana de Avicultura (2018). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

De acuerdo a la proyección de la demanda se pudo determinar que para el año 2020 existirá una demanda de 3598.41 toneladas de carne de pollo este número transformadas a un número determinado de unidades de pollo da 1.332.746,11 pollos al año, Este valor es proporcional al

incremento de la población del cantón Mejía, también se pudo conocer que para el 2024 la demanda de pollo aumentará en un 28% con respecto al año 2020

3.2.5.-Análisis de la oferta

La oferta de carne avícola a nivel nacional ha ido en crecimiento a través de los años esto se debe al incremento de la población, por tal motivo las empresas que se dedican a la crianza y comercialización de aves han ido en aumento ya que el consumo y la producción de este producto tienen una relación directamente proporcional.

Como referencia se puede obtener que en el Ecuador para el año 1990 la población avícola fue de 50 millones de aves, mientras tanto que en el año 2013 se registró un total de 233 millones de aves en la producción nacional.

Tabla 7
Indicadores de sector avícola en el Ecuador Año 1990-2013

Población Avícola en el año 1990	50 millones	Población Avícola en el año 2013	233 millones
Numero de ponedoras	5 millones	Numero de ponedoras	9 millones
Producción de huevos.	1.300 millones	Producción de huevos.	2.093 millones
Consumo Per Cápita	90 unid./p/año	Consumo Per Cápita	140 unid./p/año
Numero de pollos de engorde	45 millones	Numero de pollos de engorde	224 millones
Producción de Carne de pollo	70.000 TM	Producción de Carne de pollo	490.000 TM
Consumo Per Cápita.	7 kg./p/año	Consumo Per Cápita.	32 kg./p/año

Fuente: Superintendencia de control de poder de mercado (2015). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

El ave de preferencia en la crianza es el pollo de raza Broiler que se caracteriza por ser más resistente a enfermedades y se adapta a la crianza en galpones a su vez también el tiempo de crianza es solo de 42 días en los cuales el producto está listo para el faena miento y su posterior distribución.

El aumento en la oferta de la carne de pollo y que se diferencia de los otros cárnicos es por los siguientes aspectos.

- La carne es nutritiva y apta para el consumo de individuos de toda edad.
- Esta carne es más barata de producir.
- Además de la facilidad de preparación que tiene este producto.

Las provincias más representativas de producción de aves son: Pichincha, Guayas, El oro, Santo Domingo de los Tsachilas, Manabí e Imbabura.

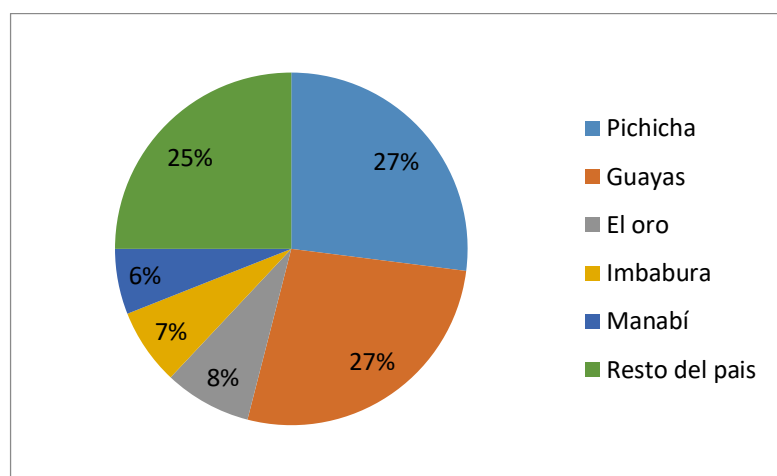


Figura 2
Provincias productoras de carne de pollo

Fuente: CONAVE (2014). Elaborado: Intendencia Zonal 7

3.2.5.1.-Oferta histórica de carne de pollo

Tabla 8
Oferta histórica.

Año	Pollos al día unidades	Kilos de carne de pollo diarios	Pollos al año	Kilos de carne al año
2014	3.095	8.357	1.114.200	3.008.340
2015	3.137	8.469	1.129.242	3.048.953
2016	3.173	8.567	1.142.228	3.084.016
2017	3.209	8.665	1.155.364	3.119.482
2018	3.246	8.765	1.168.650	3.155.356

Fuente: Moreno (2015), CONAVE (2014), INEC (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

En los datos evidenciados se pudo determinar que la oferta histórica de carne de pollo en el Cantón Mejía ha ido incrementando ya que anualmente para el 2014 se ofertan 1.114.200 unidades de pollos anualmente, dejando para el 2018 la cantidad de 1.168.650 millones de aves ofertadas anualmente para el consumo de la población.

3.2.5.2.-Proyección de la oferta de pollos en el Cantón Mejía

Para la proyección de la oferta se consideró como referencia el número de pollos que ofertan las empresas diariamente. La proyección se la realizará a 5 años posteriores terminando en el año 2024, a partir de los datos de la oferta histórica se puede calcular el incremento.

Para el cálculo de la proyección de la oferta se tomará en consideración la tasa de crecimiento anual de la producción promedio per cápita de pollo en Ecuador que es del 1.35% como lo supo mencionar la Asociación Latinoamericana de Avicultura (ALA)

Tabla 9
Oferta Proyectada

Año	Pollos al día	Kilos de carne de pollo diarios	Promedio de Crecimiento de la industria	Pollos al año	Kilos al año
2019	3.284				
2020	3.321	8.968	1.35%	1.195.684	3.228.346
2021	3.360	9.071	1.35%	1.209.434	3.265.472
2022	3.398	9.175	1.35%	1.223.343	3.303.025
2023	3.437	9.281	1.35%	1.237.411	3.341.010
2024	3.477	9.387	1.35%	1.251.641	3.379.432

Fuente: AviNews (2017), Asociación Latinoamericana de Avicultura (2018). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Los resultados de la proyección de la oferta arrojaron que en el 2020 se tendrá una oferta actual de un promedio de 1'195.684 millones de pollos para el consumo de los habitantes ubicados en el cantón Mejía, mientras que para el 2024 la demanda será incremental en una oferta de 1'251.641 unidades de pollos al año.

3.2.6.-Estudio de la competencia

Tabla 10
Competidores.

Empresa competidora	Producto	Ubicación	Características
PARTICULAR/ ARTESANAL		Productores artesanales de los alrededores de las parroquias del Cantón Mejía	Ofertan pollos de crianza artesanal a los establecimientos comercializadores de carne avícola.
PRONACA		Procesadora Nacional de Alimentos C.A PRONACA. Esta empresa se ubica en Quito en la parroquia de Pifo	Es una marca reconocida a nivel nacional por su línea de productos a base de pollos, como pollos enteros y presas seleccionadas
AVICEA		Productora Avícola Cevallos “PROAVICEA” Cía. Ltda.” Ubicada en la Provincia de Pichincha Cantón Cayambe.	Es una procesadora industrial que ofrece pollos en pie, presas seleccionadas, menudencias y pollos enteros.
POLLO PECHUGON		Productora “AVIFE” Provincia de Pichincha Cantón Rumiñahui Parroquia Amaguaña	Es una marca no tan reconocida en el mercado que ofrece pollos faenados y presas seleccionadas.
POLLOS ORO		Integración Avícola ORO S.A. Cantón Quito , Parroquia de Yaruqui	Esta empresa es una marca reconocida que ofrece varias presentaciones como el pollo vacío o por presas.
POLLO ANDINO		Avícola VITALOA S.A Avitalsa. Provincia de Pichincha Cantón Rumiñahui, Parroquia de Pintag	Ofrece al mercado su línea de productos comprendida con pollos enteros y pollo por presas.
POLLOS LA PRADERA		Grupo Avícola La Pradera. Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Barrio La Libertad.	Esta empresa ofrece productos en presentaciones como pollo vacío, pollo entero y presas seleccionadas

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Para el análisis de la competencia se tomará en consideración los datos arrojados en la investigación de campo en el mismo que se referencio quien es el proveedor al que generalmente adquieren la carne de pollo en los establecimientos distribuidores del mismo.

La competencia directa del proyecto son marcas reconocidas en el mercado potencial que ofrece una vasta línea de productos y que son acogidos por un porcentaje de la población objetiva. Se puede destacar de la encuesta aplicada que con el 52.90% los establecimientos del cantón Mejía adquieren pollos a particulares es decir pequeñas empresas artesanales que brindan el producto.

3.2.7.-Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha viene dada cuando en términos reales la demanda proyectada es mayor a la oferta proyectada esto quiere decir que la población objetiva no puede cubrir la necesidad de un producto o servicio.

Demanda insatisfecha proyectada de pollos periodo 2020-2024

Tabla 11

Demanda insatisfecha proyectada de pollos periodo 2020-2024

Años	Demanda proyectada en kilos de carne de pollo	Oferta proyectada en kilos de carne de pollo	Demanda insatisfecha de kilos de carne de pollo.	Demanda Insatisfecha unidades de pollos.
2020	3.598.414,51	3.228.346	370.069	137.062
2021	3.830.512,25	3.265.472	565.040	209.274
2022	4.077.580,29	3.303.025	774.555	286.872
2023	4.340.584,21	3.341.010	999.574	370.213
2024	4.620.551,90	3.379.432	1.241.120	459.674

Fuente: Investigación de campo (2019) Asociación Latinoamericana de Avicultura (2018).. Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Los datos obtenidos del cálculo de la demanda insatisfecha se puede observar que el mercado del Cantón Mejía no logra abastecer el consumo de carne de pollo de la población objetiva en virtud del aumento desde el año 2020 al año 2024.

Una vez calculada la demanda insatisfecha de carne de pollo el proyecto acogerá un 70% de dicha demanda y del mercado potencial es decir que la capacidad productiva de la empresa se verá reflejada en 96.120 pollos al año misma producción que será detallada en las especificaciones del estudio técnico.

La información obtenida en el cálculo determina que es factible crear una empresa de crianza y comercialización de carne Avícola en el Cantón Mejía en virtud de que la oferta no logra cubrir toda la necesidad de consumo por la existencia de una sobre demanda.

3.2.8.-Selección del sistema de distribución

La “Avícola” se caracterizará por distribuir la carne de pollo con un canal directo de distribución es decir la empresa se encargará de entregar el producto a vendedores mientras que ellos distribuirán el producto a los negocios distribuidores de carne avícola como las tiendas, bodegas, restaurantes, asaderos, etc. Los vendedores trabajarán bajo la política de venta por comisión para generar eficacia en ventas.

3.2.8.1.-Cadena de valor

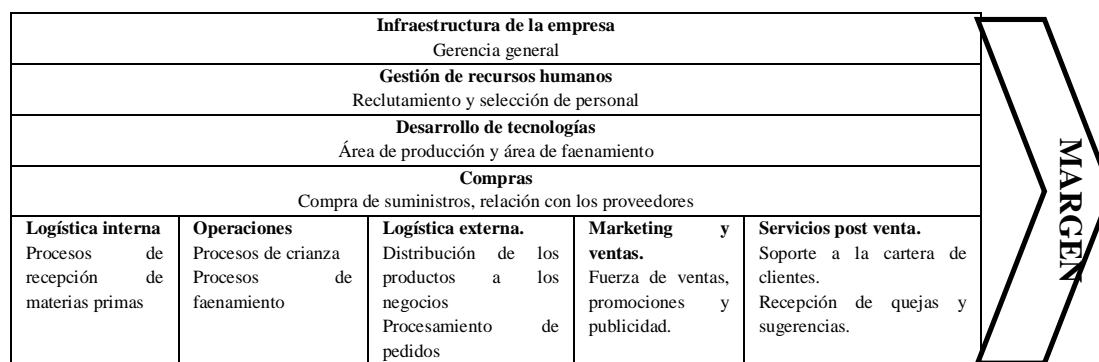


Figura 3
Cadena de valor Avícola “Produtambo” S.A

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.9.-Diseño del empaque del producto

3.2.9.1.-Nombre y Logotipo



Figura 4
Logotipo de la empresa.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.9.2.-Marca de la empresa



6

Figura 5
Marca de la empresa.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.9.3.-Eslogan

“EXCLUSIVAMENTE EL SABOR DEL CAMPO”

3.2.9.4.-Empaque del producto



Figura 6
Empaque del producto.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

El empaque del producto será contenido en fundas selladas de una unidad que contendrá al pollo entero y al pollo con menudencias con esto se garantiza la higiene y calidad del producto a distribuirse a los consumidores siendo este un factor determinante para llamar la atención de los mismos.

3.2.10.-Precio del producto

3.2.10.1.-Análisis de precios

Identificar el precio del producto en el mercado ayuda a la Avícola “PRODUTAMBO S.A.” a encaminar la identificación de a cuanto adquieren la libra de carne de pollo los consumidores de este producto, por este motivo se debe realizar una investigación para conocer como han ido cambiando los precios del pollo en el transcurso de los años con el grado de inflación que ha sufrido el Ecuador.

3.2.10.2.-Comportamiento histórico del precio

Tabla 12
Precio histórico

Precio de la libra de pollos en el Ecuador.			
Año	Precio	Inflación	
2014	\$1,15	3,11%	
2015	\$1,16	1,18%	
2016	\$1,17	0,90%	
2017	\$1,19	1,63%	
2018	\$1,22	2,27%	

Fuente: IPC, INEC (2019), CONAVE (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.10.3.-Precio actual

Para la determinación del precio actual se tomará como referencia la investigación de campo realizada con las encuestas realizadas por los investigadores del proyecto dando como relevancia a la pregunta del precio de la libra de pollo que compra.

Tabla 13
Precio de la libra de pollo que adquieren los negocios.

¿En qué rango se encuentra el precio de la libra de pollo que compra?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de \$1.00	63	23,0	23,0	23,0
	De \$1.01-\$1.15	171	62,4	62,4	85,4
	De \$1.16-\$1.30	27	9,9	9,9	95,3
	No sabe/ No contesta	13	4,7	4,7	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Según el estudio de mercado realizado mediante la investigación de campo se observa los precios de la libra de pollo que adquieren los establecimientos comercializadores de carne avícola oscila entre \$1.00 a \$1.15 dólares estos valores encaminan a la empresa Avícola “PRODUTAMBO S.A.” a ubicarse dentro de este rango de precios o mejorarlos para poder obtener una ventaja importante para competir en el mercado potencial.

3.2.11.-Acciones para introducir el producto en el mercado

De los datos obtenidos de la investigación de mercado en los diferentes establecimientos comercializadores de carne de pollo las características que preponderan en la encuesta a la hora de elegir el producto son la frescura del producto y que la carne de pollo debe ser higiénicamente procesada con estos aspectos los negocios aceptarían la propuesta de un nuevo proveedor.

3.2.11.1.-Estrategia de Producto

Tabla 14
Estrategia de producto

N.	Estrategia	Objetivo	Plan de acción		
			Recursos	Áreas Responsables	Meta
1	Realizar una marca asociada al producto en el cual identifique a la empresa.	Afianzar la confianza de los clientes al ofrecer garantías de calidad en la marca del producto.	Recursos Financieros Recursos humanos Recursos materiales	Área financiera Área de ventas Área administrativa	Adquirir nuevos clientes para la empresa
2	Realizar una línea de productos.	Competir con grandes empresas avícolas mediante la oferta de una variedad de productos	Recursos humanos Recursos materiales	Área de ventas Área administrativa Área de producción	Posicionamiento del negocio en el mercado potencial.
3	Producir pollos con un peso óptimo para el convertirse en un proveedor fijo de los clientes.	Generar productos que satisfagan a los posibles consumidores mediante el tamaño óptimo del bien para su consumo.	Recursos Financieros Recursos humanos Recursos materiales	Área Financiera Área de producción	Convertirse en un proveedor fijo para la población objetiva de la empresa

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.11.2.-Estrategia de precio

Tabla 15
Estrategia de precio

N.	Estrategia	Objetivo	Plan de acción		
			Recursos	Áreas Responsables	Meta
1	Realizar una política de precios bajos altamente competitivos en el mercado por los tres primeros meses.	Penetrar el mercado mediante precios competitivos para llamar la atención de los consumidores	Recursos Financieros Recursos humanos Recursos materiales	Área financiera Área de ventas Área administrativa Área de producción	Aumentar la cartera de clientes de la empresa.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.11.3.-Estrategia de plaza

Tabla 16
Estrategias de plaza

N.	Estrategia.	Objetivo	Plan de acción		
			Recursos	Áreas Responsables	Meta
1	Crear relaciones de trabajo con los proveedores para un trabajo de comisión por ventas.	Perpetrar la eficiencia en la distribución y venta de productos mediante políticas de comisión por ventas.	Recursos Financieros Recursos humanos Recursos materiales	Área financiera Área de ventas Área administrativa	Lograr un 70% de eficacia en la distribución de carne de pollo.
2	Ubicar la empresa en un punto estratégico tanto para la distribución y para el acceso de proveedores.	Distribuir los productos de manera eficiente mediante la ubicación geográfica optima que posee la empresa	Recursos humanos Recursos materiales Recursos financieros	Área de ventas Área administrativa	Cubrir distintos puntos de distribución tanto en el cantón Mejía, quito y Rumiñahui.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.11.4.-Estrategia de promoción

Tabla 17
Estrategias de promoción

N.	Estrategia	Objetivo	Plan de acción		
			Recursos	Áreas Responsables	Meta
1	Conceder facilidades de pago (una semana) a los clientes de la empresa.	Fidelizar a la clientela mediante políticas de crédito que beneficien a ambas partes.	Recursos Financieros Recursos humanos Recursos materiales	Área financiera Área de ventas Área administrativa	Familiarizar a los clientes para convertirse en un proveedor fijo.
2	Realizar la exposición de promociones y acerca de la empresa mediante una entrevista personal.	Conocer las opiniones de los clientes mediante una entrevista personal a los establecimientos..	Recursos humanos Recursos materiales Recursos financieros	Área de ventas Área administrativa Área financiera	Aumentar el nivel de ventas.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.2.12.-Conclusiones del estudio de mercado

- Se puede concluir que una vez realizado la investigación correspondiente el mercado objetivo para la Avícola Produtambo S.A. son los establecimientos distribuidores de productos alimenticios tales como tiendas, bodegas, restaurantes, frigoríficos, etc.
- En el Cantón Mejía existe una oferta de 3.284 toneladas métricas de carne de pollo esto es equivalente a 1.216297 unidades de pollo al año que son proveídas por algunas empresas que llevan años posicionadas en este Cantón.
- En conclusión existe una demanda insatisfecha de 370.069 kilos de carne de pollo anuales dando un promedio de 137.062 unidades de pollo en el año esto se puede interpretar que el mercado actual no logra cubrirse totalmente, esto genera un ambiente favorable para la creación de la Avícola Produtambo S.A.
- Al concluir la investigación de campo los investigadores pudieron conocer que existen algunas empresas en la misma rama industrial de la Avícola Produtambo S.A. las cuales se abastecen el mercado del Cantón Mejía como PRONACA, Pollo Andino, Grupo Avícola Oro, etc. las mismas predominan una parte menor en el mercado en virtud de que la mayoría de distribuidores se abastecían de un proveedor desconocido o particular.
- En conclusión las estrategias que aplicara la empresa ayudaran en el cumplimiento de metas tales como la captación de clientes y la fidelización de los mismos, si estas actividades se realizan de una manera eficaz encaminaran a la organización al éxito empresarial por lo tanto habrá una rentabilidad mejor.

3.3.-ESTUDIO TÉCNICO

3.3.1.-Objetivos

3.3.1.1.-Objetivo general

Diseñar los requerimientos técnicos y materiales que serán necesarios para la creación del plantel avícola ubicado en la parroquia de Tambillo.

3.3.1.2.-Objetivos específicos

- Determinar las especificaciones del producto.
- Planificar la descripción del proceso de producción.
- Determinar la capacidad instalada del proyecto.
- Determinar la macro localización y micro localización del proyecto.
- Definir el equipo e instalaciones.
- Realizar la distribución de la planta.
- Seleccionar proveedores para la materia prima.

3.3.2.-Especificaciones del producto

Tabla 18

Especificaciones del producto

Especificaciones	Producto
Descripción del producto	Pollo amarillo, Pollo blanco
Raza de pollo	Cobb 500
Características básicas del producto	1.814 kg y 2.721 kg
Características del embalaje	35 cm * 24 cm
Controles a realizar por el proveedor	Registros de parámetros zootécnicos
Características del servicio	Producto fresco, higiénicamente procesado
Requisitos administrativos y legales	Certificación de AGROCALIDAD

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.2.1.-Elementos diferenciadores

- El principal elemento es que se utilizará una cadena de frío con estándares por parte de AGROCALIDAD para que el usuario pueda disfrutar de un producto saludable, delicioso y nutritivo.
- El saneamiento en cada una de las aéreas ya que existen muchas maneras de contaminación y pueden estar propensos a enfermedades.
- Maquinaria de punta para mejorar los diferentes procesos dentro de la planta avícola.

3.3.3.-Descripción del proceso de producción

3.3.3.1.-Descripción del proceso de crianza

- **Recepción de alimentos y vitaminas**

Se recibirá los alimentos y vitaminas por parte de Biolimentar nuestro proveedor que nos brindará soluciones nutricionales completas para las aves.

- **Almacenamiento de alimentos**

Se abastecerá de los elementos que ayuden a la correcta crianza de los pollitos bebes que primordialmente es el alimento y vitaminas en la bodega de la planta, este se deberá manejar a través de un inventario, la bodega para almacenar el alimento deberá tener la identificación correspondiente ya que el tiempo recomendado para almacenar es un 1 mes.

- **Saneamiento y preparación**

Para que puedan ingresar los pollitos bebes a los respectivos galpones se deberá preparar la cama con un grosor de 5 cm, la misma tiene que estar compuesta por viruta desinfectada con sulfato de cobre, el galpón se desinfectará a base de formol en dosis de 1 litro por cada 20 litros de agua, tres días antes de que ingresen los pollitos.

Cada uno de los galpones deberá tener el espacio suficiente y estos deben contener los comederos con alimentos, bebederos con agua y una temperatura entre 85 y 90 F.

- **Recepción de pollos bebes**

El cuidado del pollito durante las 48 horas es fundamental para su posterior desarrollo se deberá revisar cada uno de los pollitos que se encuentren activos y lleguen sin infecciones con un tamaño uniforme.

- **Pesaje e identificación de pollos bebes**

Todos los datos deben registrarse en la hoja de documentación para un posterior análisis especialmente el pesaje de los pollitos cuantos machos y cuantas hembras ingresan.

- **Registro de datos y control veterinario**

Se elaborará e implementará los calendarios de vacunación, diseñará los programas de prevención y vigilancia epidemiológica, realizará la toma y envío de muestras para el laboratorio para el análisis de agua, alimento, sueros sanguíneos, órganos y más, realizará el análisis de resultados con los cuales recomendará las acciones correctivas.

- **Alimentación, agua, y manejo de productos de uso veterinario**

El balanceado variará conforme a las semanas que se vayan desarrollando los pollos ya que esto dependerá de la edad.

Tabla 19
Alimentación diaria de pollos

Semanas	Alimentación diaria en Gramos	Cantidad administrada
1	Entre 10 y 22	6 veces al día
2	Entre 23 y 46	4 veces al día
3	Entre 47 y 78	en dos ocasiones al día
4	Entre 79 y 112	una sola vez por día
5	Entre 113 y 143	una sola vez por día
6	Entre 144 y 172	una sola vez por día

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

El consumo de agua varía, dependiendo de la temperatura ambiental, calidad del alimento y el estado sanitario de los pollos.

Tabla 20
Consumo de agua

Edad semanas	21 grados centígrados L/día/ por 1000 pollos	32 grados centígrados L/día/ por 1000 pollos
1	28	32
2	65	104
3	112	233
4	165	341
5	206	420
6	240	461

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

El manejo de productos de uso veterinario adecuado controla enfermedades y nos ayudará a proteger la sanidad y el bienestar de los animales, estas herramientas medicas deberán tener el registro por parte de agrocalidad.

- Reconstituyentes (vitaminas, minerales, aminoácidos)
- Analgésicos y antiinflamatorios
- Antimicrobianos
- Antiparasitarios

- **Programa de vacunación**

La vacuna herramienta de prevención que su principal función es evitar la enfermedad y la tasa de mortalidad por ello se debe elaborar el programa de vacunación de acuerdo a las recomendaciones del médico veterinario especialista en avicultura.

- **Control de la temperatura, ventilación iluminación**

- *Temperatura*

Los pollos broiler son sensibles al estrés por calor, el mismo que se incrementa por el ritmo de crecimiento y se deberá aumentar el nivel de ventilación como el control de las cortinas del galpón, y con un termómetro digital de pistola laser con luz infrarroja de temperatura.

➤ **Ventilación**

Los galpones tendrán suficiente circulación del aire, para evitar la acumulación de polvo, concentración de gases esto se lo realizará con ventiladores industriales de tol galvanizado, poleas de aluminio y un motor monofásico marca weg de 1800 rpm.

➤ **Iluminación**

En cuanto a la iluminación los focos deben ser fluorescentes para propiciar el ahorro de energía eléctrica distribuida de manera proporcional, de todos estos elementos dependerá la productividad de la planta.

3.3.3.2.-Descripción del proceso de faenamiento

Para el proceso de faenamiento automático se realizarán con maquinaria de punta para una producción más eficiente controlable y constante.

• **Selección de aves por bloques**

Una vez desarrollado el producto con un promedio de peso que se demanda en el mercado que va desde 4 libras hasta 7 libras, se realizará la selección de las aves a través de jaulas guacales plásticas que tengan una adecuada ventilación.



Figura 7
Selección de aves

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Transportador de rodillos por gravedad**

Luego de la selección de aves suministradas en jaulas, se colocan en un transportador de rodillos por gravedad de acero inoxidable, el cual está formado por una cadena de acero con troles de plástico en un perfil T, recibiendo las ruedas portadoras la carga verticalmente en el que será colgado el producto.



Figura 8
Transportador de rodillos por gravedad

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Aturdidor**

Se llevará mediante una placa guía a la bañera cargada con corriente alterna de manera gradual, la medida del aturdido se determina mediante el tiempo que las cabezas de aves pasan en el agua que son 3 segundos por ave el voltaje configurado en la caja de mando de 26 a 32 voltios, esto permite aplicar con exactitud el corte de desangrado.



Figura 9
Aturdidor

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Muerte del pollo**

Agrocalidad considera más importante el aturdimiento y el control del sangrado por ello en la muerte del pollo los productos se transportan por una canaleta de sangrado en V, en el cual la maquina es apta para 200 pollos por hora y matará un pollo entre 3 y 4 segundos incluyendo el control de desangrado.



Figura 10
Muerte del pollo

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Escaldación**

Se utilizará agua caliente para debilitar la unión entre las plumas y los folículos, la maquinaria para este proceso es un tanque modular con un gran número de boquillas situadas en el fondo del tanque para inyectar aire, esta tiene un diseño compacto con las tuberías integradas del calefactor.

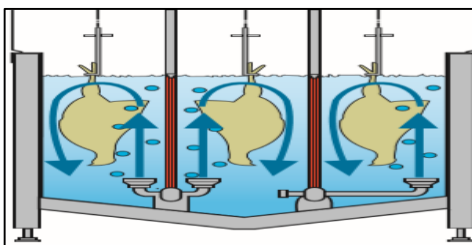


Figura 11
Escaldación

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Desplumada del pollo**

Un desplumado óptimo solo se conseguirá con la combinación adecuada de máquinas de escaldado y desplumado la maquina está fabricada totalmente en acero inoxidable y las dos mitades de la maquina pueden retirarse por completo a un lado del bastidor.



Figura 12
Desplumadora

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Arrancada de cabezas**

Esta máquina se instala detrás de la desplumadora y separa automáticamente la cabeza de la canal.



Figura 13
Arrancada de cabezas

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Eviscerado y limpieza de menudencia**

El eviscerado se realizará con la pistola cortacloacas que aspira el contenido de los intestinos y la pistola extractora de pulmones extrae pulmones, ovarios, y otros residuos dejando el interior de la canal limpio y mejorando la conservación del producto



Figura 14
Eviscerado

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Lavado de canales**

Después del desplumado, los productos se lavan por fuera con agua mediante rociadores, refrigerándose al mismo tiempo la piel.

- **Estación de desenganche**

El producto finalmente faenado se desengancha y automáticamente va al área de frío, la maquina va provista de un corrector que capta las diferencias de longitud de patas.

- **Enfriador de tornillo a contracorriente**

El producto se sumerge en agua helada, el movimiento de avance del tornillo guía los productos por el agua donde se encuentre más limpia y finalmente se saca el producto del enfriador.



Figura 15
Enfriador de tornillo a contracorriente

Fuente: Marel (2016). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.3.3.-Descripción del proceso de comercialización

- **Enfundado y preparación del pollo**

El producto tendrá su empaque de funda con su respectivo slogan y demás información adicional se detallará el peso y el precio del mismo.

- **Distribución del producto**

La distribución se realiza a todo el Cantón Mejía en los tipos de negocios arrojados en el estudio de mercado como son las tiendas y restaurantes, el pollo se comercializará diariamente ya que la mayor clientela prefiere el producto fresco

- Toma de pedidos para el día siguiente y cobros

Una vez entregado el producto se realizará el pedido a través de un sistema electrónico llamado P.O.P.

3.3.4.-Diagrama de flujo del proceso

3.3.4.1.-Cursograma del proceso de crianza

CURSOGRAMA ANALITICO									
DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					# 1	HOJA 1			
OBJETIVO: Analizar todas las actividades que corresponden al proceso.			RESUMEN		PROSUPUESTO	ECONOMIA			
ACTIVIDAD: Area de crianza			Operación	○	8				
METODO: Cursograma			Inspección	□					
			Transporte	⇒	0				
COMPUESTO POR: Bohórquez Jefferson Calva Alex			Espera	D	0				
			Almacenamiento	▽	1				
DESCRIPCION – PROCEDIMIENTO.			○	□	⇒	D	▽	TIEMPO	RESPONSABLE
Recepción de alimentos, y vitaminas			●					40 minutos una vez a la semana	Galponero 1,2,3,4
Almacenamiento de alimentos.						●		60 minutos una vez a la semana	Galponero 1,2,3,4
Saneamiento y preparación			●					120 minutos una vez a la semana	Galponero 1,2,3,4
Recibimiento pollo bebes			●					60 minutos una vez a la semana	Galponero 1,2,3,4
Pesaje e identificación de pollos bebes			●					60 minutos una vez a la semana	Veterinario Galponeros
Registro de datos y control veterinario			●					90 minutos diarios	veterinario
Alimentación, agua y manejo de productos de uso veterinario.			●					120 minutos diarios	Veterinario Galponeros
Programa de vacunación			●					60 minutos una vez a la semana	Veterinario Galponeros
Control de la temperatura, iluminación,			●					120 minutos diarios	Galponero 1, 2, 3,4.
TOTAL									

Figura 16
Cursograma del proceso de crianza

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.4.2.-Cursograma del proceso de faenamiento

CURSOGRAMA ANALITICO						
DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					# 2	HOJA 2
OBJETIVO: Analizar todas las actividades que corresponden al proceso.		RESUMEN				
ACTIVIDAD: Area de faenamiento	Operación	○	3			
	Inspección	□	1			
METODO: Cursograma	Transporte	⇒	0			
	Espera	D	0			
COMPUESTO POR: Bohórquez Jefferson Calva Alex	Almacenamiento	▽	0			
	Tiempo					
DESCRIPCION – PROCEDIMIENTO.	○	□	⇒	D	▽	TIEMPO
Selección de aves por bloques						60 minutos
	●					
Colgado en transportador de rodillos por gravedad	●					1 segundos por pollo
		●				
Aturdidor		●				3 segundos por pollo
			●			
Muerte del pollo		●				6 segundos por pollo
			●			
Escaldación		●				5 segundos por pollo
			●			
Desplumada del pollo		●				4 segundos por pollo
			●			
Arrancada de cabezas		●				2 segundo por pollo
	●					
Eviscerado y limpieza de menudencia.	●					5 segundos por pollo
		●				
Lavado de canales	●					4 segundos por pollo
			●			
Estación de desenganche/ cortapatas		●				2 segundos por pollo
			●			
Enfriador de tornillo a contracorriente		●				8 segundos por pollo
TOTAL						40 segundos por pollo

Figura 17 Cursograma del proceso de faenamiento

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

En la avícola Produtambo S.A. se realizará el proceso de faenamiento en el cuál un pollo será faenado en 40 segundos y 267 pollos de la capacidad utilizada en 3 horas.

3.3.4.3.-Cursograma del proceso de comercialización

CURSOGRAMA ANALITICO							
DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					# 3	HOJA 3	
OBJETIVO: Analizar todas las actividades que corresponden al proceso.			RESUMEN				
			ACTIVIDAD	PROSUPUESTO	ECONOMIA		
ACTIVIDAD: Area de comercialización.	Operación		○	3			
	Inspeccion		□	0			
METODO: Cursograma	Tansporte		➡	0			
	Espera		D	0			
COMPUESTO POR: Bohórquez Jefferson Calva Alex	Almacenamiento		▽	0			
	Tiempo						
DESCRIPCION - PROCEDIMIENTO.	○	□	➡	D	▽	TIEMPO	RESPONSABLE
Enfundada y preparación del pollo	●					3 segundos por pollo	Operario 1,2.
Distribución del producto.	●					En prueba	Vendedor 1 y 2.
Toma de pedidos para el día siguiente y cobros	●					En prueba	Vendedor 1 y 2.
TOTAL							

Figura 18
Cursograma del proceso de comercialización

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.5.-Capacidad instalada de la planta

Con el 100% de la capacidad instalada de la maquinaria se llegaría a producir 216.000 pollos.

Tabla 21
Capacidad instalada

Número de productos/hora	Horas por día	Número de días trabajados	Total capacidad instalada.
	3	30	12
200	600	18000	216.000

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Para la capacidad utilizada de la planta, se tomará en cuenta 3 horas diarias de trabajo para los operarios pero se trabajará todos los días de la semana durante todos los meses.

Tabla 22
Capacidad utilizada

Número de productos/hora	Horas por día	Número de días trabajados	Total capacidad utilizada.
	3	30	12
89	267	8.010	96.120

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Para la capacidad utilizada se trabajará con 89 productos por hora lo cual la planta estaría funcionando a un 45% de su capacidad instalada llegando a producir las 96.120 unidades de la demanda insatisfecha en el mercado.

3.3.6.-Ubicación de la empresa

3.3.6.1.-Macro localización

Tabla 23
Macro localización

Determinante	Ubicación
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Mejía.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).



Figura 19
Mapa Político del Cantón Mejía

Fuente: Google Maps, 2019. Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.6.2.-Micro localización

Las opciones para el plantel avícola de acuerdo a las variables de calificación para identificar el lugar óptimo de comercialización son los siguientes.

- Tambillo
- Machachi
- Uyumbicho

Tabla 24

Ponderación de lugares.

Factores	Peso	Tambillo		Machachi		Uyumbicho	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación.	Ponderación
Cercanía del mercado	0,1	7	0,7	5	0,5	5	0,5
Cercanía de los proveedores	0,2	8	1,6	6	1,2	6	1,2
Medios de transporte	0,1	6	0,6	5	0,5	5	0,5
Disponibilidad de servicios públicos	0,2	7	1,4	7	1,4	7	1,4
Recursos humanos disponibles	0,2	7	1,4	5	1	5	1
Costo de bienes y servicios	0,1	9	0,9	6	0,6	6	0,6
Influencia del clima	0,1	8	0,8	7	0,7	8	0,8
Total	1	52	7,4	41	5,9	42	6

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

A través del método por puntos la planta se encontrará ubicada en la Parroquia de Tambillo en la calle Carlos Brito teniendo como ventaja el costo de bienes y servicios en los terrenos, además influye directamente en la distribución hacia varios puntos como a la Parroquia de Cutuglagua, Uyumbicho, Aloag y Machachi, y es de fácil acceso tanto para los proveedores y trabajadores, primordialmente tiene un impacto directo en la población de la parroquia de Tambillo



Figura 20

Mapa político de la Parroquia de Tambillo

Fuente: Google Maps, 2019. Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Por parte del Municipio del Cantón Mejía en la oficina de avalúo y catastro el metro cuadrado del terreno se encuentra en un precio de \$10 por ello la demografía se encuentra perfectamente alineada con el negocio ya que se encuentra en una área rural en el cual no se tendrán inconvenientes para construir la planta del negocio.

3.3.7.-Equipo e instalaciones

3.3.7.1.-Terreno

Tabla 25
Terreno

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Terreno granja	Metros cuadrados	2.800,00	\$10,00	\$28.000,00
Terreno Faenadora.	Metros cuadrados	200,00	\$10,00	\$2.000,00
Total				\$30.000,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.2.-Infraestructura

Tabla 26
Infraestructura

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	valor unitario	valor Total
GRANJA				
Galpones	Metros cuadrados	1.308,00	\$ 12,00	\$15.696,00
FAENADORA				
Galpón de proceso	Metros cuadrados	200,00	\$ 50,00	\$10.000,00
ALMACENAMIENTO				
Cuarto de enfriamiento	Metros cuadrados	232,00	\$ 60,00	\$13.920,00
Total				\$39.616,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.3.-Maquinaria y equipo de granja

Tabla 27

Maquinaria y equipo de granja

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Balanza electrónica 300kilos	Unidad	6	\$ 95,00	\$ 570,00
Campana extractora C*4200	Unidad	12	\$ 99,00	\$ 1188,00
Ventilador	Unidad	6	\$ 90,00	\$ 540,00
Termómetros digital	Unidad	6	\$ 6,90	\$ 41,40
Bomba de mochila	Unidad	6	\$ 21,00	\$ 126,00
Total				\$ 2.465,40

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.4.-Maquinaria y equipo Faenadora

Tabla 28

Maquinaria y equipo del área de faenamiento

Descripción	Cantidad	Valor
Transportador aéreo	1	\$ 22500,00
Transportador de rodillos por gravedad	1	\$ 3870,00
Aturdidor stork poultry processing	1	\$ 5320,00
Canaleta de sangrado	1	\$ 800,00
Bomba de sangre y unidad de tratamiento de aire (separador de agua, regulador de presión, regulador de velocidad)	1	\$ 2453,15
Escaldadora	1	\$ 12490,00
Desplumadora de bastidor en A D8(7)	1	\$ 23850,00
Pistola cortacloacas	1	\$ 1285,00
Pistola extractora de pulmones	1	\$ 1570,00
Lavadora de canales	1	\$ 1350,00
Estación de desenganche	1	\$ 7000,00
Enfriador de tornillo a contracorriente	1	\$ 12000,00
Total	12	\$ 94.488,15

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.5.-Muebles y enseres de granja

Tabla 29
Muebles y enseres de granja

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Comederos	Unidad	748	\$ 5,50	\$ 4.114,00
Bebedores de campana	Unidad	748	\$ 3,25	\$ 2.431,50
Cilindro de gas	Unidad	12	\$ 54,95	\$ 659,40
Carretilla	Unidad	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Palas	Unidad	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Rastrillos	Unidad	6	\$ 4,00	\$ 24,00
Pallet	Unidad	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Baldes plásticos	Unidad	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Tanques 500 L	Unidad	6	\$ 125,00	\$ 750,00
Total				\$8.284,40

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.6.-Muebles y enseres faenadora

Tabla 30
Muebles y enseres faenadora.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Gavetas industrial calada	Unidad	18	\$ 1,00	\$ 18,00
Tanque para viseras 500 litros de acero inoxidable	Unidad	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Mesa inoxidable para empaque con embudo	Unidad	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Mesa inoxidable multi- usos	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Tanques de 500 litros	Unidad	3	\$ 135,00	\$ 405,00
Pala	Unidad	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Carretilla	Unidad	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Total				\$1013,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.7.-Menaje de granja y faenadora

Tabla 31
Menaje de granja y faenadora

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
GRANJA				
Baldes	Unidad	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Tinas grandes	Unidad	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Piolas	Unidad	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Cortinas para corral	Unidad	6	\$ 4,00	\$ 24,00
Cortinas	Unidad	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Focos	Unidad	48	\$ 1,5,00	\$ 72,00
Total				\$ 431,00
FAENADORA				
Olla grande	Unidad	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Baldes	Unidad	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Cuchillos	Unidad	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Piedra de afilar	Unidad	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Focos	Unidad	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Total				\$ 123,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.8.-Mantenimiento y reparaciones

Tabla 32
Mantenimiento y reparaciones.

Detalle	Valor	Porcentaje	Valor anual	Valor mensual
Muebles y enseres granja	\$8284,40	1%	\$110,669,00	\$6,90
Muebles y enseres faenadora	\$1.013,00	1%	\$10,13	\$ 0,84
Maquinaria y equipo granja	\$2.465,40	3%	\$73,96	\$ 6,16
Maquinaria y equipo faenadora	\$94.488,15	3%	\$2.834,64	\$ 236,22
Muebles de oficina	\$911,00	1%	\$9,11	\$ 0,76
Equipo de oficina	\$598,00	2%	\$11,96	\$ 1,00
Vehículos	\$ 24.990,00	4%	\$999,60	\$ 83,30
Galpones	\$ 43.696,00	15%	\$6.556,40	\$ 590,30
Edificios	\$ 39.616,00	15%	\$5.942,40	\$ 590,30
menaje de granja	\$ 431,00	50%	\$215,50	\$ 17,96
Menaje de faenadora	\$ 123,00	50%	\$61,50	\$ 5,13
equipo de computo	\$ 2.115,00	10%	\$211,50	\$ 17,63
Total			\$17.007,55	\$ 1.417,30

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.9.-Equipo de oficina

Tabla 33
Equipo de oficina área

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Caja registradora	Unidad	1	\$ 48,00	\$ 48,00
Cámaras de vigilancia	Unidad	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Teléfono inalámbrico	Unidad	2	\$ 41,00	\$ 82,00
Calculadora	Unidad	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Teléfono celular	Unidad	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Total				\$ 598,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.10.-Muebles y enseres

Tabla 34
Muebles y enseres.

Descripción	Unidad de medida	cantidad	Precio	Total
Escritorio	Unidad	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla giratoria	Unidad	3	\$ 55,00	\$165,00
Mesa directiva	Unidad	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Sillas	Unidad	7	\$ 16,00	\$112,00
Escritorio	Unidad	2	\$ 65,00	\$130,00
Archivador	Unidad	2	\$ 89,00	\$178,00
Sofás	Unidad	2	\$ 130,00	\$260,00
Total				\$911,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.11.-Equipo de cómputo

Tabla 35
Equipo de cómputo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Computadora	Unidad	3	\$ 600,00	\$1800,00
Impresora Epson	Unidad	1	\$ 165,00	\$165,00
Sistema informático P.O.P	Unidad	1	\$ 150,00	\$150,00
Total				\$2115,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.12.-Útiles de oficina

Tabla 36
Útiles de oficina.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Esferos	Caja	1	\$4,50	\$4,50
Agenda	Unidad	2	\$2,50	\$5,00
Perforadora	Unidad	3	\$2,50	\$7,50
Grapadora	Unidad	3	\$2,50	\$7,50
Total				\$24,50

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.13.-Vehículo

Tabla 37
Vehículo

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Camión Chevrolet NLR 511 EIV	unidad	1	\$24990,00	\$24.990,00
Total				\$24.990,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.14.-Servicios básicos crianza y faenamiento

Tabla 38
Servicios básicos crianza y faenamiento.

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total mensual	Total anual
Agua	Metros cúbicos	152	\$ 0,48	\$ 72,96	\$ 875,52
Luz	Watts	5800	\$ 0,04	\$ 232,00	\$ 2.784,00
Gas	Unidad	6	\$ 1,9	\$ 11,40	\$ 136,80
Total				\$ 316,36	\$3.796,32

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.15.-Servicios básicos administrativa-financiera

Tabla 39

Servicios básicos administrativa-financiera.

Servicios	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total mensual	Total anual
Agua	Metros cúbicos	30	\$0,48	\$14,40	\$172,80
Luz	Watts	40.652	\$0,04	\$1.626,08	\$19.512,96
Teléfono, internet		1	\$30,00	\$30,00	\$360,00
Total				\$1670,48	\$20.045,76

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.16.-Activos diferidos

Tabla 40

Activos diferidos

Detalle	Valor Anual
Permisos y patentes	\$ 1200,00
Estudio de factibilidad	\$ 1000,00
Total	\$ 2200,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.17.-Insumos

Tabla 41

Insumos.

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total mensual	Total anual
Diésel	Galón	250	\$1,037,00	\$ 259,25	\$ 3.111,00
Aceite	Galón	4	\$50,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
LIMPIEZA	Unidad			\$ 54,00	\$ 648,00
Servicios básicos	unidad			\$ 348,04	\$ 4.176,48
Total				\$ 861,29	\$ 10.335,48

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.18.-Insumos de limpieza

Tabla 42
Insumos de limpieza.

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total mensual
Escobas	Unidad	3	\$ 1,50	\$4,50
Trapeadores	Unidad	3	\$ 2,00	\$6,00
Jabón líquido	Unidad	3	\$ 3,00	\$9,00
Desinfectantes	Unidad	3	\$ 2,50	\$7,50
Papel higiénico	Unidad	12	\$ 1,00	\$12,00
Toallas	Unidad	3	\$ 5,00	\$15,00
Total				\$54,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.19.-Materiales directos

Tabla 43
Materiales directos

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total	Anual*47
Balanceado pre-inicial	Quintal	12	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 14.100,00
Balanceado inicial	Quintal	31	\$ 25,00	\$1.100,00	\$ 36,425,00
Balanceado de crecimiento	Quintal	68	\$ 25,00	\$2.425,00	\$79.900,00
Balanceado de engorde	Quintal	112	\$ 25,00	\$4.000,00	\$131.600,00
Vacunas Newbron	100 dosis	26	\$ 5,00	\$ 130,00	\$ 6.110,00
Minaviar	100 dosis	26	\$ 1,00	\$ 26,00	\$ 1.222,00
Zinaprin	100 dosis	26	\$ 4,00	\$ 104,00	\$ 4.888,00
Electravite	100 dosis	26	\$ 3,25	\$ 84,50	\$ 3.971,50
Total				\$5,919.50	\$278.216,50

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.20.-Materiales indirectos

Tabla 44
Materiales indirectos.

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total	Total anual
Empaque del producto	50 Kilos	3	\$350,00	\$1050,00	\$ 6300,00
Fundas generales	Unidad	5000	\$ 0,04	\$ 200,00	\$ 1200,00
Detergente	Unidad	6	\$ 2,00	\$ 12,00	\$ 72,00
Desinfectante	Unidad	4	\$ 4,50	\$ 18,00	\$ 108,00
Botas	Unidad	6	\$ 5,50	\$ 33,00	\$ 198,00
Escobas	Unidad	6	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 54,00
Cinta adhesiva	Unidad	6	\$ 1,25	\$ 7,50	\$ 45,00
Cuadernos	Unidad	6	\$ 0,80	\$ 4,80	\$ 28,80
Guantes talla 8	Unidad	6	\$ 1,00	\$ 6,00	\$ 36,00
Mandil plástico	Unidad	6	\$ 8,00	\$ 48,00	\$ 288,00
Detergente liquido	Galón	6	\$ 34,00	\$ 204,00	\$ 1224,00
Cloro	Galón	6	\$ 2,25	\$ 13,50	\$ 81,00
Formol	Galón	6	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 54,00
Sulfato de cobre	25 Kilos	6	\$ 87,50	\$ 525,00	\$ 3150,00
Total				\$2.139,80	\$12.838,80

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.21.-Rol de pago de mano de obra directa

Tabla 45
Rol de pago de mano de obra directa

Numero	Cargo	Total percibido	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal	Total
1	Galponeros	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 131,93
2	Operarios	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 131,93

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Proyección de sueldos galponeros

Tabla 46

Proyección de sueldos galponeros

GALPONEROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$ 400,00	\$ 412,67	\$ 425,34	\$ 438,01	\$ 450,68
Décimo tercero	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,5	\$ 36,50	\$ 37,56
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,5	\$ 36,50	\$ 37,56
Fondos de reserva	\$ -	\$ 34,38	\$ 35,43	\$ 36,49	\$ 37,54
Aporte patronal	\$ 48,60	\$ 50,14	\$ 51,68	\$ 53,22	\$ 54,76
Vacaciones	\$ 16,67	\$ 17,19	\$ 17,72	\$ 18,25	\$ 18,78
Total mensual	\$ 531,93	\$ 583,16	\$ 601,06	\$ 618,97	\$ 636,87
N de trabajadores	4	4	4	4	4
Total Anual	\$25.532,80	\$ 27.991,57	\$ 28.850,98	\$ 29.710,39	\$ 30.569,80

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Proyección sueldos operarios

Tabla 47

Proyección sueldos operarios

Operarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$ 400,00	\$ 412,67	\$ 425,34	\$ 438,01	\$ 450,68
Décimo tercero	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Fondos de reserva	\$ -	\$ 34,38	\$ 35,43	\$ 36,49	\$ 37,54
Aporte patronal	\$ 48,60	\$ 50,14	\$ 51,68	\$ 53,22	\$ 54,76
Vacaciones	\$ 16,67	\$ 17,19	\$ 17,72	\$ 18,25	\$ 18,78
Total mensual	\$ 531,93	\$ 583,16	\$601,06	\$ 618,97	\$ 636,87
N de trabajadores	2	2	2	2	2
Total Anual	\$12.766,40	\$ 13.995,79	\$ 14.425,49	\$ 14.855,20	\$ 15.284,90

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.7.22.-Rol de pago de mano de obra indirecta

Tabla 48

Rol de pago de mano de obra indirecta.

Numero	Cargo	Total percibido	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal	Total
1	Gerente	\$1.500,00	\$ 125,00	\$ 33,33	\$ 62,50	\$ 182,25	\$ 403,08
2	Contador	\$800,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 97,20	\$ 230,53
3	Veterinario	\$750,00	\$ 62,50	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 91,13	\$ 218,21
4	Guardia de seguridad	\$400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 131,93
5	Vendedores	\$400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 131,93

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Proyección sueldos gerente

Tabla 49

Proyección sueldos gerente

Gerente	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$ 1.500,00	\$ 1.512,67	\$ 1.525,34	\$ 1.538,01	\$ 1.550,68
Décimo tercero	\$ 125,00	\$ 126,06	\$ 127,11	\$ 128,17	\$ 129,22
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Fondos de reserva	\$ -	\$ 26,01	\$ 127,06	\$ 128,12	\$ 129,17
Aporte patronal	\$ 182,25	\$ 183,79	\$ 185,33	\$ 186,87	\$ 188,41
Vacaciones	\$ 62,50	\$ 63,03	\$ 63,56	\$ 64,08	\$ 64,61
Total mensual	\$ 1.903,08	\$ 2.045,94	\$ 2.063,84	\$ 2.081,75	\$ 2.099,65
N de trabajadores	2	2	2	2	2
Total Anual	\$ 45.674,00	\$ 49.102,51	\$ 49.532,21	\$ 49.961,92	\$ 50.391,62

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Proyección sueldo Contador

Tabla 50

Proyección sueldo Contador

Contador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$ 800,00	\$ 812,67	\$ 825,34	\$ 838,01	\$ 850,68
Décimo tercero	\$ 66,67	\$ 67,72	\$ 68,78	\$ 69,83	\$ 70,89
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Fondos de reserva	\$ -	\$ 67,70	\$ 68,75	\$ 69,81	\$ 70,86
Aporte patronal	\$ 97,20	\$ 98,74	\$ 100,28	\$ 101,82	\$ 103,36
Vacaciones	\$ 33,33	\$ 33,86	\$ 34,39	\$ 34,92	\$ 35,45
Total mensual	\$ 1.030,53	\$ 1.115,08	\$ 1.132,98	\$ 1.150,89	\$ 1.168,79
N de trabajadores	1	1	1	1	1
Total Anual	\$ 12.366,40	\$ 13.380,93	\$ 13.595,79	\$ 13.810,64	\$ 14.025,49

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Proyección sueldos veterinario

Tabla 51

Proyección sueldos veterinario

Veterinario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$ 750,00	\$ 762,67	\$ 775,34	\$ 788,01	\$ 800,68
Décimo tercero	\$ 62,50	\$ 63,56	\$ 64,61	\$ 65,67	\$ 66,72
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Fondos de reserva	\$ -	\$ 63,53	\$ 64,59	\$ 65,64	\$ 66,70
Aporte patronal	\$ 91,13	\$ 92,66	\$ 94,20	\$ 95,74	\$ 97,28
Vacaciones	\$ 31,25	\$ 31,78	\$ 32,31	\$ 32,83	\$ 33,36
Total mensual	\$ 968,21	\$ 1.048,59	\$ 1.066,49	\$ 1.084,40	\$ 1.102,30
N de trabajadores	1	1	1	1	1
Total Anual	\$11.618,50	\$ 12.583,05	\$ 12.797,91	\$ 13.012,76	\$ 13.227,61

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Proyección sueldos de guardia de seguridad

Tabla 52

Proyección sueldos de guardia de seguridad

Guardia de seguridad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$ 400,00	\$ 412,67	\$ 425,34	\$ 438,01	\$ 450,68
Décimo tercero	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Fondos de reserva	\$ -	\$ 34,38	\$ 35,43	\$ 36,49	\$ 37,54
Aporte patronal	\$ 48,60	\$ 50,14	\$ 51,68	\$ 53,22	\$ 54,76
Vacaciones	\$ 16,67	\$ 17,19	\$ 17,72	\$ 18,25	\$ 18,78
Total mensual	\$ 531,93	\$ 583,16	\$ 601,06	\$ 618,97	\$ 636,87
N de trabajadores	1	1	1	1	1
Total anual	\$ 6.383,20	\$ 6.997,89	\$ 7.212,75	\$ 7.427,60	\$ 7.642,45

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Proyección de sueldos de vendedor

Tabla 53

Proyección de sueldos de vendedor

Vendedor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$ 400,00	\$ 412,67	\$ 425,34	\$ 438,01	\$ 450,68
Décimo tercero	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,39	\$ 35,45	\$ 36,50	\$ 37,56
Fondos de reserva	\$ -	\$ 34,38	\$ 35,43	\$ 36,49	\$ 37,54
Aporte patronal	\$ 48,60	\$ 50,14	\$ 51,68	\$ 53,22	\$ 54,76
Vacaciones	\$ 16,67	\$ 17,19	\$ 17,72	\$ 18,25	\$ 18,78
Total	\$ 531,93	\$ 583,16	\$ 601,06	\$ 618,97	\$ 636,87
N de trabajadores	1	1	1	1	1
Total anual	\$ 6.383,20	\$ 6.997,89	\$ 7.212,75	\$ 7.427,60	\$ 7.642,45

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.8.-Distribución de la planta



Figura 21
Distribución de la planta

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.9.-Plan agregado de producción

Para la producción de carne de pollo de la planta avícola Produtambo S.A. se trabajará con el 70% de la demanda insatisfecha esto vinculará a la empresa a penetrar el mercado mediante su capacidad productiva.

Tabla 54
Plan agregado de producción

Año	Demanda Insatisfecha	% Capacidad Utilizada	Producción Anual
2020	137.062	70%	96.120
2021	209.274	70%	146.491
2022	286.872	70%	200.810
2023	370.213	70%	259.149
2024	459.674	70%	321.771

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Dentro de la capacidad utilizada del proyecto se producirá una cantidad de 216.000 pollos por lo tanto se trabajará con una producción para el año 2020 a distribuirse dentro del Cantón Mejía que será de 96.120 pollos que representa el 70% de toda la demanda insatisfecha de la población, para el año 2021 se producirá 146.491, para el año 2022 se producirá 200.810 y para el año 2023 una producción de 259.149 lo que en el año 2023 se tendrá que aumentar la capacidad de la maquinaria para seguir satisfaciendo las necesidades de nuestros consumidores.

3.3.10.-Materia prima

El proveedor que se encargara de la materia prima para la planta avícola Produtambo S.A. será Avesca ubicada en la Parroquia de tambillo, esto nos favorecerá a nuestra empresa por la cercanía, para la crianza de pollos broiler la empresa Avesca distribuye las razas Ruber y Cobb lo cual se

ha optado por la raza Cobb 500 por su tasa de crecimiento y capacidad de prosperar con una densidad y menos costos.

El precio por parte de nuestro proveedor Avesca se encuentra \$ 65 la caja en la cual vienen por cada caja 100 pollitos y para una producción semanal se necesitará 1869 pollos con un valor de \$1.235,00 con una totalidad al año de 96.120 pollos con una cantidad de \$58.045,00

Tabla 55
Materia prima

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total	Anual
Pollos bebes	Cajas	19	\$65,00	\$1.235,00	\$58.045,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.3.11.-Conclusiones

- El producto a comercializarse dentro del Cantón Mejía será de un color amarillo en mayor porcentaje y de color blanco en menor porcentaje nuestro producto desarrollado será de raza Cobb 500 que contiene una alta tasa de crecimiento en granjas, el producto tendrá un pesaje entre 1,71 kg y 2,72 kg y será comercializado fresco e higiénicamente diariamente y todo esto será respaldado por certificaciones de AGROCALIDAD.
- Los procesos de descripción dentro de avícola Produtambo será el de crianza en el cual se empieza desde la preparación de las respectivas granjas para el desarrollo de nuestro producto durante 6 semanas con el acompañamiento de los galponeros y el veterinario especialista en avicultura para luego de estos 42 días el producto ser transformado mediante una maquinaria de punta que será manejado por los 2 operarios y finalmente nuestro producto ser comercializado en el segmento definido en el estudio de mercado
- Nuestra maquinaria tendrá una capacidad instalada total de 200 pollos por hora y anualmente se produciría 216.000 pollos mientras que en la capacidad utilizada se

trabajara con 89 pollos por hora y anualmente 96.120 pollos lo que se trabajará con el 45% de la capacidad instalada.

- Avícola Produtambo S.A. estará ubicada dentro del Cantón Mejía en la parroquia de tambillo por presentarse ventajas como los costos bajos por parte del ilustre municipio del Cantón Mejía, los servicios públicos existentes, y un lugar estratégico para distribuir el producto.
- Dentro de las inversiones fijas se necesitará de \$207.650,95 para nuestro equipo e instalaciones para las diferentes áreas como son el de crianza, comercialización, y faenamiento.
- Avícola Produtambo S.A. contará con 6 granjas de crianza ya que nuestra producción será semanal y nuestro producto se encontrará desarrollado en 42 días.
- Avícola Produtambo S.A. contará con Avesca quien proveerá con la materia prima y Biolimentar que se encargara de los materiales directos como la alimentación a través de los balanceados.

3.4.-ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.4.1.-Objetivos

3.4.1.1.-Objetivo general

Efectuar un estudio administrativo que permita establecer las funciones de cada uno de los trabajadores así como los requerimientos fiscales, legales para su implementación.

3.4.1.2.-Objetivos específicos

- Ilustrar el organigrama de la empresa
- Establecer la mano de obra
- Elaborar perfiles de puesto
- Definir las descripciones de puesto
- Determinar aspectos fiscales a considerar
- Determinar aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa

Razón social

La empresa a crearse iniciara sus operaciones bajo el nombre de “Avícola Produtambo” S.A.



Figura 22
Razón social

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Además del nombre empresarial se trabajara bajo una marca el cual distinguirá al producto de los competidores “POLLOS EL DORADO” y con un slogan que se proyecta a incursionar en la mente de los consumidores “TRADICIONALMENTE EL SABOR DEL CAMPO”.

3.4.2. Base filosófica de la empresa

3.4.2.1.-Misión

Avícola Produtambo S.A se dedicará a la producción y comercialización de carne de pollo mediante la innovación, calidad, y un excelente servicio aprovechando el recurso humano y material en el Cantón Mejía para satisfacer las necesidades de los consumidores.

3.4.2.2.-Visión

Avícola Produtambo S.A en el año 2024 llegará a posicionarse como una de las empresas más competitivas dentro del mercado, proporcionando a los consumidores una alternativa saludable y deliciosa esto se lo hará ampliando la oferta de productos con un recurso humano eficiente para satisfacer las necesidades de los consumidores.

3.4.2.3.-Valores corporativos

Cooperación

Los empleados de la empresa trabajaran de manera conjunta en un ambiente de respeto uniendo sus capacidades intelectuales y laborales con el propósito de recibir ingresos equitativos a su desempeño.

Responsabilidad

Los trabajadores deberán cumplir con todas las actividades asignadas, para el logro del correcto desempeño de la organización

Honestidad

Todos los miembros de la organización están comprometidos en actuar de manera correcta dentro y fuera de la organización.

Perseverancia

- Los directivos de la empresa y los empleados desarrollaran las actividades que les corresponden para alcanzar los objetivos planteados por la empresa

3.4.2.4.-Políticas

- Se mantendrá en práctica procedimientos de seguridad laboral, industrial y de salud para garantizar un ambiente de trabajo adecuado
- Se enfocará al mejoramiento de las actividades de producción y comercialización.
- Se respetaran cada una de las leyes establecidas por AGROCALIDAD y demás entidades.
- Se revisará y controlará continuamente los procesos productivos para mejorar la calidad de nuestros productos

3.4.3.-Estructura organizacional

La Avícola Produtambo S.A. tendrá una estructura vertical esto quiere decir que las decisiones serán tomadas en orden jerárquico desde la junta de accionistas, el gerente general y consecuentemente llegando a los operarios y galponeros que deben acatar cada una de las resoluciones tomados por los directivos de la empresa.

3.4.3.1.-Organigrama estructural

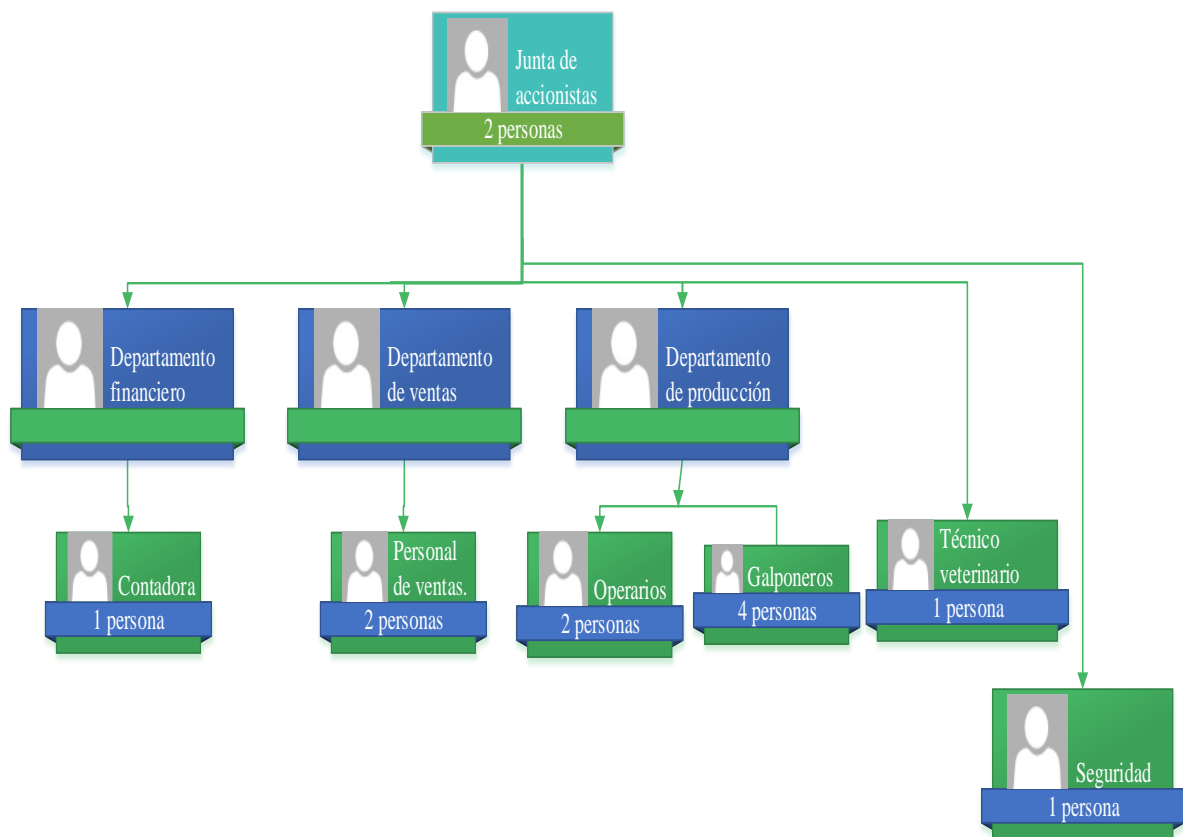


Figura 23
Organigrama estructural

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.4.3.2.-Descripción de funciones de la mano de obra

El personal que laborará en AVICOLA PRODUTAMBO S.A. tendrá las siguientes funciones detalladas por cada uno de los cargos:

Junta de Accionistas

Es la parte jerárquica más alta de la empresa y constituye cada una de las decisiones que afectan directamente a la misma, además será encargada de la parte estratégica empresarial para promover el éxito de la compañía, reuniendo a todo el equipo de trabajo para buscar la eficiencia en los procesos del negocio.

Gerente general

El gerente general de la compañía será designado por la junta general de accionistas y podrá ser uno de los accionistas o no, el mismo mantendrá las funciones de planificar, organizar, dirigir y controlar la empresa y cada uno de sus departamentos, además será el representante legal de la Avícola Produtambo S.A. también tendrá la potestad de hacer respetar cada uno de los valores y principios empresariales aplicados por la empresa.

Contadora

Sera encargara de la parte financiera de la empresa en tal motivo informará mensualmente sobre los activos de la compañía de manera escrita, además dará a conocer a la junta acerca de los balances del negocio para el análisis económico del mismo y su posterior rendimiento.

Entre sus principales funciones son:

- Llevar registros contables
- Dar seguimiento en asuntos tributarios
- Análisis financiero

- Elaboración de informes financieros

Personal de ventas

Serán los encargados de la distribución del producto en el mercado, manteniendo en ellos la parte logística para llegar a cada uno de los distribuidores de carne de pollo.

Entre sus principales funciones están:

- Vender los pollos a los distribuidores.
- Ofertar el producto y las promociones de la empresa.

Operarios

Los operarios serán los encargados de la transformación de la materia prima en productos terminados para la venta a través de los implementos tecnológicos para el faenamiento de pollos los mismos deben estar capacitados acerca del funcionamiento de la maquinaria.

Entre sus principales funciones están:

- Realizar el proceso de faenamiento
- Enfundado y preparación del producto

Galponeros

Serán los encargados de precautelar el cuidado de las aves con la alimentación correcta e hidratación además de hacer cumplir las normas de bioseguridad de la granja.

Entre sus principales funciones están:

- Alimentar a las aves y manejar las instalaciones de la granja.
- Limpiar los corrales y el galpón.

- Encargarse de la recepción de las aves.
- Supervisar el buen estado de las instalaciones de la granja

Técnico veterinario

El veterinario de la empresa será el encargado de velar por el funcionamiento y desempeño eficiente de cada una de las aves, además es el encargado de verificar el correcto manejo de los pollos en cuestiones de salud y enfermedades.

Entre sus principales funciones están:

- Programa de alimentación.
- Programa de hidratación.
- Manejo de productos por parte de agro calidad.
- Programa de vacunación.

Seguridad

El guardia de seguridad velara por el resguardo de los activos de la compañía además de vigilar y monitorear de cualquier hecho delictivo en que pueda ser puesta en peligro la avícola.

Entre sus principales funciones esta:

- Protección de bienes y muebles e inmuebles.
- Protección de todas las personas que se encuentren en el lugar
- Efectuar controles de identidad en el acceso

Cada uno de los cargos y perfiles de puestos serán detallados en el Anexo “D” en este se encuentran cada uno de las funciones que deben cumplir los postulantes al cargo en la Avícola Produtambo S.A.

Tabla 56
Mano de obra requerida.

Personal requerido	Número de empleados
Mano de obra directa	
Operarios de planta	4
Galponeros	2
Mano de obra indirecta	
Gerentes.	2
Contadora.	1
Personal de ventas.	2
Veterinario.	1
Personal de seguridad.	1
Total	13

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez

3.4.4.-Aspectos fiscales a considerar

Tabla 57
Aspectos fiscales a considerar

Ítem	Impuesto	Porcentaje
1	Las empresas una vez registradas en SRI obtendrán su RUC, además las empresas están sujetadas a un impuesto sobre sociedades que es el impuesto a la renta	25%
2	Impuesto sobre la propiedad urbana	0.025%
3	Impuesto sobre las ganancias de capital este se basa en un porcentaje del 0.5% de la diferencia entre el precio de compra y venta de la propiedad.	0.5%
4	Impuesto de alcabala	0.6%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (2018), Calculadora tributaria-transferencia de dominio (2019) Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.4.5.-Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa

3.4.5.1.-Organización jurídica

Las leyes bajo las cuales la empresa se encontrará en funcionamiento será la ley de Compañías, AGROCALIDAD y ordenanzas emitidas por parte del Municipio de Mejía.

Dado que la empresa “AVÍCOLA PROTUTAMBO S.A.” es una persona jurídica regida por la Ley de Compañías será necesario tener en cuenta las siguientes disposiciones que son controladas por la Superintendencia de Compañías para proceder a la conformación de la empresa:

De la constitución

La empresa “Produtambo” S.A. al disponer de 2 socios se constituirá como Sociedad anónima “S.A” de acuerdo a la ley de compañías.

Para la constitución de este tipo de empresas es necesaria la existencia de 2 socios como mínimo, que aportaran su capital.

Del capital

El capital mínimo establecido por la superintendencia de compañías para una sociedad anónima es de \$800, estos serán aportados por los accionistas, y el capital social para iniciar las operaciones en Avícola “Produtambo” S.A. será de \$248.934,77

De la aprobación e inscripción

Se inscribirá previo mandato de la superintendencia de Compañías mediante una escritura pública en el registro mercantil.

De la suscripción.

Al momento de la suscripción de la empresa evaluada de un 100%, el 25% como mínimo deberá ser pagado en el momento de su constitución, una vez aprobada la escritura podrá ser solicitado en un periodo de treinta días celebrado el contrato.

3.4.5.2.-Permisos de funcionamiento





Para el funcionamiento y creación de la Avícola PRODUTAMBO S.A. se deberá cumplir con las disposiciones legales que emitan los organismos gubernamentales, Municipales y demás que se encuentren dentro del entorno legal pertinente a las Sociedades Anónimas, que para este caso son los siguientes requisitos legales:

- Inscripción en la superintendencia de compañías y seguros
- Registro único de contribuyente
- Inscripción en el MIPRO
- Patente municipal
- Afiliación de la compañía en el registro mercantil
- Permiso de funcionamiento de bomberos
- Autorización para construcción avícola otorgada por AGROCALIDAD
- Certificado sanitario de control oficial de granjas avícolas
- Permiso de ubicación extendido por la dirección regional de ministerio de salud
- Numero patronal IEES

3.4.6.-Aspectos ambientales

Debido a los diferentes problemas generados a nivel mundial desde el calentamiento global hasta la pérdida de la biodiversidad, Avícola PRODUTAMBO tratará con el medio ambiente de una manera adecuada a través de las siguientes acciones para prevenir enfermedades y malos olores

Tabla 58
Aspectos ambientales

Políticas	Imagen	Acciones
Buen manejo de la gallinaza		Una vez iniciado sus operaciones contribuirá a la parroquia de Tambillo al utilizar el estiércol de las aves como abono para las tierras que son utilizadas para la agricultura
Control de aves muertas		Las aves muertas serán enterradas máximo en un periodo de 24 horas
Control de desechos orgánicos		Al igual que la gallinaza será vendida a los agricultores
Desechos inorgánicos		Se llegará a un acuerdo con una empresa recicladora para que cada semana lo retire

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.4.7.-Conclusiones

- Avícola Produtambo S.A. requerirá de mano de obra directa con 4 galponeros y 2 operarios al igual con mano de obra indirecta con una contadora, 2 vendedores, 1 veterinario, 1 guardia de seguridad y 2 gerentes-accionistas.
- Dentro de los aspectos fiscales se manejaran con 4 impuestos el principal es el impuesto a la renta con el 25% el impuesto a la propiedad urbana el 0,025% el impuesto sobre las ganancias de capital del 0.5% y finalmente el impuesto de alcabala de 0.6%
- La empresa se constituirá como sociedad anónima al presentar mínimo 2 como socios y presentar un capital mínimo de \$800 por la Superintendencia de Compañías y Seguros además será inscripto en el registro mercantil.
- Para el funcionamiento de Avícola Produtambo S.A. se necesitara 10 permisos de funcionamiento desde la suscripción en la superintendencia de compañías y seguros hasta el número patronal del IESS.
- Dentro de los aspectos ambientales se manejará los desechos orgánicos e inorgánicos además del control adecuado de la gallinaza, y el entierro de las aves muertas para evitar el contacto con patógenos.

3.5.-ESTUDIO FINANCIERO

3.5.1.-Objetivos

3.5.1.1.-Objetivo general

Desarrollar un estudio financiero que permita determinar los ingresos, gastos e inversión inicial de la empresa, así como la utilidad neta.

3.5.1.2.-Objetivos específicos

- Detallar los gastos mensuales necesarios para el desarrollo del proyecto
- Elaborar los Estados financieros proyectados para determinar la utilidad del proyecto
- Conocer el tiempo en que se va a recuperar el monto inicial requerido para el funcionamiento del proyecto.
- Determinar el Capital de trabajo que se utilizará del proyecto.
- Identificar el monto que será financiado por las instituciones de crédito.
- Determinar la evaluación económica que reflejará la estabilidad del proyecto.

3.5.2.-Activos fijos

Tabla 59
Inversión activos fijos

Inversión activos Fijos	
Rubros	Valor
Muebles y enseres granja	\$ 8.284,40
Muebles y enseres faenadora	\$ 1.013,00
Maquinaria y equipo granja	\$ 2.465,40
Maquinaria y equipo faenadora	\$ 94.488,15
Muebles de oficina	\$ 911,00
Equipo de oficina	\$ 598,00
Equipo de cómputo.	\$ 2.115,00
Vehículos	\$ 24.990,00
Estructura Galpones	\$ 18.312,00
Estructura Faenadora	\$ 10.000,00
Estructura cuarto de enfriamiento	\$ 13.920,00
Menaje de granja	\$ 431,00
Terrenos.	\$ 30.000,00
Menaje de faenadora	\$ 123,00
Total	\$207.650,95

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.3.-Activos intangibles

Tabla 60
Inversión activos intangibles

Inversión Activos intangibles	
Detalle	Valor/Anual
Permisos y patentes	\$ 1.200,00
Estudio de factibilidad	\$ 1.000,00
Total.	\$ 2.200,00

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.4.-Depreciaciones

Tabla 61
Depreciaciones activos

Detalle	Valor	Tiempo de depreciación	Porcentaje	2020	2021	2022	2023	2024	Valor residual
Muebles y enseres granja	\$ 8.284,40	10 años	10%	\$ 828,44	\$ 828,44	\$ 828,44	\$ 828,44	\$ 828,44	\$ 4.142,20
Muebles y enseres faenadora	\$ 1.013,00	10 años	10%	\$ 101,30	\$ 101,30	\$ 101,30	\$ 101,30	\$ 101,30	\$ 506,50
Maquinaria y equipo granja	\$ 2.465,40	10 años	10%	\$ 246,54	\$ 246,54	\$ 246,54	\$ 246,54	\$ 246,54	\$ 1.232,70
Maquinaria y equipo faenadora	\$ 94.488,15	10 años	10%	\$ 9.448,82	\$ 9.448,82	\$ 9.448,82	\$ 9.448,82	\$ 9.448,82	\$ 47.244,08
Muebles de oficina	\$ 911,00	10 años	10%	\$ 91,10	\$ 91,10	\$ 91,10	\$ 91,10	\$ 91,10	\$ 455,50
Equipo de oficina	\$ 598,00	10 años	10%	\$ 59,80	\$ 59,80	\$ 59,80	\$ 59,80	\$ 59,80	\$ 299,00
Equipo de cómputo.	\$ 2.115,00	3 años	33,33%	\$ 704,93	\$ 704,93	\$ 704,93	\$ 704,93	\$ 704,93	\$ 3.524,65
Vehículos	\$ 24.990,00	5 años	20%	\$ 4.998,00	\$ 4.998,00	\$ 4.998,00	\$ 4.998,00	\$ 4.998,00	\$ -
Estructura Galpones	\$ 18.312,00	10 años	10%	\$ 1.831,20	\$ 1.831,20	\$ 1.831,20	\$ 1.831,20	\$ 1.831,20	\$ 9.156,00
Estructura Faenadora	\$ 10.000,00	10 años	10%	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00
Estructura cuarto de enfriamiento	\$ 13.920,00	10 años	10%	\$ 1.392,00	\$ 1.392,00	\$ 1.392,00	\$ 1.392,00	\$ 1.392,00	\$ 6.960,00
Total depre.				\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 78.520,62

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.5.-Amortizaciones

Tabla 62
Amortizaciones activos intangibles.

DETALLE	Valor	Tiempo de depreciación	Porcentaje	2020	2021	2022	2023	2024	Valor residual
Activos Intangibles	\$ 2.200,00	5 años	20%	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 0

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.6.-Detalle de gastos mensuales

Tabla 63
Gastos Mensuales

	Anual	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Egresos													
Operativos	\$469.005,86	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82	\$ 39.083,82
Costos de ventas.	\$309.446,20	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18	\$ 25.787,18
Materia prima directa	\$ 58.045,00	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08	\$ 4.837,08
Materiales directos	\$213.102,00	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50	\$ 17.758,50
Mano de obra directa	\$ 38.299,20	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60	\$ 3.191,60
Costos indirectos de fabricación	\$105.219,42	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29	\$ 8.768,29
Materia prima indirecta	\$ 12.838,80	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90	\$ 1.069,90
Mano de obra indirecta.	\$ 82.425,30	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78	\$ 6.868,78
Otros Cif	\$ 9.955,32	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61	\$ 829,61
Gastos administrativos	\$ 54.340,24	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35	\$ 4.528,35
Servicios básicos	\$ 20.045,76	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48	\$ 1.670,48
Mantenimientos	\$ 13.592,35	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70	\$ 1.132,70
Gasto depreciación	\$ 20.702,12	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18	\$ 1.725,18

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

3.5.7.-Presupuestos de Ingresos

Tabla 64

Ingresos

Presupuestos de ingresos					
Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Pollo unidad	96.120	107.654	120.573	135.042	151.247
Peso promedio libras (6 libras)	576.720,00	645.926,40	723.437,57	810.250,08	907.480,09
Peso libras (Pollo Vacío)	461.376,00	516.741,12	578.750,05	648.200,06	725.984,07
Precio de la libra de pollo	\$ 1,10	\$ 1,12	\$ 1,14	\$ 1,17	\$ 1,19
Total (1)	\$ 507.513,60	\$ 579.442,49	\$ 661.565,71	\$ 755.328,10	\$ 862.379,24
Menudencias Libras (20% en peso promedio)	115.344,00	129.185,28	144.687,51	162.050,02	181.496,02
Precio de la libra	\$ 0,50	\$ 0,51	\$ 0,52	\$ 0,53	\$ 0,54
Total (2)	\$ 57.672,00	\$ 65.845,74	\$ 75.177,92	\$ 85.832,74	\$ 97.997,64
Total de ingresos	\$ 565.185,60	\$ 645.288,22	\$ 736.743,63	\$ 841.160,84	\$ 960.376,88

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.8.-Presupuestos de egresos

Tabla 65

Egresos

Presupuesto de Egresos.					
Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima	\$ 58.045,00	\$ 65.010,40	\$ 72.811,65	\$ 81.549,05	\$ 91.334,93
Materiales Directos	\$ 213.102,00	\$ 238.674,24	\$ 267.315,15	\$ 299.392,97	\$ 335.320,12
Materiales Indirectos	\$ 12.838,80	\$ 14.379,46	\$ 16.104,99	\$ 18.037,59	\$ 20.202,10
Mano de obra Directa	\$ 38.299,20	\$ 38.490,70	\$ 38.683,15	\$ 38.876,57	\$ 39.070,95
Mano de obra Indirecta	\$ 82.425,30	\$ 82.837,43	\$ 83.251,61	\$ 83.667,87	\$ 84.086,21
Insumos	\$ 9.955,32	\$ 10.005,10	\$ 15.007,64	\$ 22.511,47	\$ 33.767,20
Gastos de Mantenimiento y reparación	\$ 13.592,35	\$ 13.660,31	\$ 13.728,61	\$ 13.797,26	\$ 13.866,24
Gastos y Servicios	\$ 20.045,76	\$ 20.145,99	\$ 20.246,72	\$ 20.347,95	\$ 20.449,69
Gasto depreciación	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12
Gastos Administrativo y operativo	\$ 469.005,86	\$ 503.905,74	\$ 547.851,65	\$ 598.882,84	\$ 658.799,57
Total egresos	\$ 469.005,86	\$ 503.905,74	\$ 547.851,65	\$ 598.882,84	\$ 658.799,57

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.9.-Mantenimiento y reparaciones

Tabla 66

Mantenimiento.

Mantenimiento y reparaciones				
Detalle	Valor	Porcentaje	Valor anual	Valor mensual
Muebles y enseres granja	\$ 8.284,40	1%	\$ 82,84	\$ 6,90
Muebles y enseres faenadora	\$ 1.013,00	1%	\$ 10,13	\$ 0,84
Maquinaria y equipo granja	\$ 2.465,40	3%	\$ 73,96	\$ 6,16
Maquinaria y equipo faenadora	\$ 94.488,15	3%	\$ 2.834,64	\$ 236,22
Muebles de oficina	\$ 911,00	1%	\$ 9,11	\$ 0,76
Equipo de oficina	\$ 598,00	2%	\$ 11,96	\$ 1,00
Vehículos	\$ 24.990,00	4%	\$ 999,60	\$ 83,30
Galpones	\$ 18.312,00	15%	\$ 2.746,80	\$ 228,90
Edificios	\$ 42.232,00	15%	\$ 6.334,80	\$ 527,90
menaje de granja	\$ 431,00	50%	\$ 215,50	\$ 17,96
Menaje de faenadora	\$ 123,00	50%	\$ 61,50	\$ 5,13
Equipo de computo	\$ 2.115,00	10%	\$ 211,50	\$ 17,63
		Total	\$ 13.592,35	\$ 1.132,70

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.10.-Inversión del proyecto

Tabla 67

Inversión

Inversión del proyecto.	
Detalle	Valores
Activos Fijos	\$ 207.650,95
Activos diferidos	\$ 2.200,00
Capital de trabajo	\$ 39.083,82
Total Inversión	\$ 248.934,77

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.11.-Estructura de financiamiento

Tabla 68
Financiamiento

Estructura de Financiamiento		
Fuente de Financiamiento	Porcentaje aportes	Valor
Aporte de los socios	50%	\$124.467,39
Financiamiento.	50%	\$124.467,39
Inversión total	100%	\$248.934,77

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.12.-Estados financieros proyectados

3.5.12.1.-Balance general

Tabla 69
Balance general

Avícola "Produtambo" S.A.		
ACTIVOS		\$248.934,77
Activo Corriente		\$ 39.083,82
Caja	\$ 39.083,82	
Activo No corriente		\$207.650,95
Maquinaria y equipo	\$ 96.953,55	
Muebles y enseres	\$ 9.297,40	
Equipo de computo	\$ 2.115,00	
Equipo de Oficina	\$ 598,00	
Vehículo.	\$ 24.990,00	
Muebles de oficina	\$ 911,00	
Terrenos	\$ 30.000,00	
Edificios.	\$ 42.232,00	
Menaje	\$ 554,00	
Activos diferidos		\$ 2.200,00
Permisos y patentes	\$ 1.200,00	
Estudio de factibilidad	\$ 1.000,00	
Pasivos		
Pasivo corriente		\$124.467,39
Pasivo a largo plazo	\$124.467,39	
Patrimonio		\$124.467,39
Capital social	\$124.467,39	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$248.934,77

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.12.2.-Estado de resultados

Tabla 70
Estado de resultado

DETALLE	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS					
Ventas anuales	\$ 565.185,60	\$ 645.288,22	\$ 736.743,63	\$ 841.160,84	\$ 960.376,88
TOTAL INGRESOS	\$ 565.185,60	\$ 645.288,22	\$ 736.743,63	\$ 841.160,84	\$ 960.376,88
COSTOS TOTALES					
Mano de obra	\$ 38.299,20	\$ 38.490,70	\$ 38.683,15	\$ 38.876,57	\$ 39.070,95
Materia prima	\$ 58.045,00	\$ 65.010,40	\$ 72.811,65	\$ 81.549,05	\$ 91.334,93
Materiales directos	\$ 213.102,00	\$ 238.674,24	\$ 267.315,15	\$ 299.392,97	\$ 335.320,12
CIF	\$ 105.219,42	\$ 107.221,98	\$ 114.364,25	\$ 124.216,93	\$ 138.055,51
Utilidad bruta en ventas	\$ 150.519,98	\$ 195.890,91	\$ 243.569,44	\$ 297.125,33	\$ 356.595,36
GASTOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS					
Gastos administrativos	\$ 33.638,11	\$ 33.806,30	\$ 33.975,33	\$ 34.145,21	\$ 34.315,94
Gasto depreciaciones	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12
Gasto amortizaciones	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00
Costo financiamiento	\$ 8.740,00	\$ 3.194,39	\$ -	\$ -	\$ -
Total gastos operativos y financieros	\$ 63.520,24	\$ 58.142,82	\$ 55.117,46	\$ 55.287,33	\$ 55.458,06
Utilidad antes de impuestos y participación	\$ 86.999,75	\$ 137.748,09	\$ 188.451,98	\$ 241.838,00	\$ 301.137,30
Participación Trabajadores (15%)	\$ 13.049,96	\$ 20.662,21	\$ 28.267,80	\$ 36.275,70	\$ 45.170,60
Utilidad antes de impuestos.	\$ 73.949,78	\$ 117.085,88	\$ 160.184,18	\$ 205.562,30	\$ 255.966,71
Impuesto a la renta (25%)	\$ 18.487,45	\$ 29.271,47	\$ 40.046,05	\$ 51.390,57	\$ 63.991,68
UTILIDAD NETA	\$ 55.462,34	\$ 87.814,41	\$ 120.138,14	\$ 154.171,72	\$ 191.975,03

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.13.-Flujo de efectivo del proyecto

Tabla 71

Flujo de efectivo del Proyecto

Detalle	Flujo de efectivo proyectado					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas anuales		\$565.185,60	\$ 645.288,22	\$ 736.743,63	\$ 841.160,84	\$ 960.376,88
Mano de obra		\$ 38.299,20	\$ 38.490,70	\$ 38.683,15	\$ 38.876,57	\$ 39.070,95
Materia prima		\$ 58.045,00	\$ 65.010,40	\$ 72.811,65	\$ 81.549,05	\$ 91.334,93
Materiales directos		\$213.102,00	\$ 238.674,24	\$ 267.315,15	\$ 299.392,97	\$ 335.320,12
CIF		\$105.219,42	\$ 107.221,98	\$ 114.364,25	\$ 124.216,93	\$ 138.055,51
Utilidad Bruta en ventas		\$150.519,98	\$ 195.890,91	\$ 243.569,44	\$ 297.125,33	\$ 356.595,36
GASTOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS						
Gastos de administración		\$ 33.638,11	\$ 33.806,30	\$ 33.975,33	\$ 34.145,21	\$ 34.315,94
Costo del financiamiento		\$ 8.740,00	\$ 3.194,39	\$ -	\$ -	\$ -
Total gastos operativos y financieros		\$ 42.378,11	\$ 37.000,69	\$ 33.975,33	\$ 34.145,21	\$ 34.315,94
Utilidad antes de impuestos y participación		\$108.141,87	\$ 158.890,22	\$ 209.594,11	\$ 262.980,12	\$ 322.279,43
Participación trabajadores (15%)		\$ 16.221,28	\$ 23.833,53	\$ 31.439,12	\$ 39.447,02	\$ 48.341,91
Utilidad antes de impuestos		\$ 91.920,59	\$ 135.056,69	\$ 178.154,99	\$ 223.533,10	\$ 273.937,51
Impuesto a la renta (25%)		\$ 22.980,15	\$ 33.764,17	\$ 44.538,75	\$ 55.883,28	\$ 68.484,38
Utilidad neta		\$ 68.940,44	\$ 101.292,51	\$ 133.616,24	\$ 167.649,83	\$ 205.453,14
Depreciaciones		\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12	\$ 20.702,12
Amortizaciones		\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00
Pago del capital		\$ 59.461,20	\$ 65.006,80	\$ -	\$ -	\$ -
Restitución del capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 39.083,82
Valor residual		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 78.520,62
FLUJO DE CAJA BRUTO						
Inversión inicial	\$-248.934,77					
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	\$-248.934,77	\$ 30.621,37	\$ 57.427,84	\$ 154.758,37	\$ 188.791,95	\$ 108.990,82

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.15.-Punto de equilibrio

Tabla 72
Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio					
Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas Totales	\$ 565.185,60	\$ 645.288,22	\$ 736.743,63	\$ 841.160,84	\$ 960.376,88
Costos Variables	\$ 293.941,12	\$ 328.069,19	\$ 371.239,43	\$ 421.491,07	\$ 480.624,36
Costos fijos	\$ 154.362,61	\$ 155.134,42	\$ 155.910,10	\$ 156.689,65	\$ 157.473,09
Costo Total	\$ 448.303,73	\$ 483.203,62	\$ 527.149,53	\$ 578.180,72	\$ 638.097,45
PE=(CF/(1-(CV/VT))	\$ 321.641,66	\$ 315.575,07	\$ 314.266,62	\$ 314.059,30	\$ 315.232,36
P.E= %	56,91%	48,90%	42,66%	37,34%	32,82%
Precio (Libra)	\$ 1,10	\$ 1,12	\$ 1,14	\$ 1,17	\$ 1,19
Libras Anuales	292.401,51	281.426,74	274.926,32	269.516,33	265.374,74
Libras por pollo	6	6	6	6	6
P.E Pollos anual	48.733,58	46.904,46	45.821,05	44.919,39	44.229,12

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.16.-Capital de trabajo

Tabla 73
Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Egresos Operativos	\$ 469.005,86
Costos de ventas.	\$ 309.446,20
Materia prima directa	\$ 58.045,00
Materiales directos	\$ 213.102,00
Mano de obra directa	\$ 38.299,20
Costos indirectos de fabricación	\$ 105.219,42
Materia prima indirecta	\$ 12.838,80
Mano de obra indirecta.	\$ 82.425,30
Otros Cif	\$ 9.955,32
Gastos administrativos	\$ 54.340,24
Servicios básicos	\$ 20.045,76
Mantenimientos	\$ 13.592,35
Gasto depreciación	\$ 20.702,12
Total Capital de Trabajo.	\$ 39.083,82

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.17.-Sistema de financiamiento

3.5.17.1.-Estructura de financiamiento

Tabla 74
Financiamiento.

Estructura de Financiamiento		
Fuente de Financiamiento	Porcentaje aportes	Valor
Aporte de los socios	50%	\$ 124.467,39
Financiamiento.	50%	\$ 124.467,39
Inversión total	100%	\$ 248.934,77

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.17.2.-Amortización deuda préstamo

El préstamo requerido por el proyecto de crianza y comercialización de pollos corresponde a la cantidad de \$124.467,39 Este monto se contratará a la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 9.33%.

Tabla 75
Amortización deuda préstamo

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL				
Segmento Crédito	Crédito Comercial Prioritario	Subsegmento de Crédito	Comercial Prioritario Pymes	
Sistema de Amortización		Francesa		
Producto		Capital de Trabajo (Hasta 60 meses)		
DATOS DE FINANCIAMIENTO				
Monto Capital Solicitado	\$124.468.00 dólares	Monto de Capital a Desembolsar	\$124.468.00 dólares	
Plazo	24 meses	Periodicidad de Pago	Mensual	
Tasa de Interés Nominal	8.95%	Tasa de Interés Efectiva	9.33%	
Valor de Cuota	\$ 5.683.43	Número de Cuotas	24	
Suma de Cuotas	\$136.402.40	Carga Financiera	\$ 11.934.39	
Numero Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Valor Cuota
0	\$ 124,468.00			
1	\$ 119,712.89	\$ 4.755,11	\$ 928,32	\$ 5.683.43
2	\$ 114,922.32	\$ 4.790,57	\$ 892,86	\$ 5.683.43
3	\$ 110,096.01	\$ 4.826,30	\$ 857,13	\$ 5.683.43
4	\$ 105,233.71	\$ 4.862,30	\$ 821,13	\$ 5.683.43
5	\$ 100,335.14	\$ 4.898,57	\$ 784,87	\$ 5.683.43
6	\$ 95,400.04	\$ 4.935,10	\$ 748,33	\$ 5.683.43
7	\$ 90,428.14	\$ 4.971,91	\$ 711,53	\$ 5.683.43
8	\$ 85,419.15	\$ 5.008,99	\$ 674,44	\$ 5.683.43
9	\$ 80,372.80	\$ 5.046,35	\$ 637,08	\$ 5.683.43
10	\$ 75,288.81	\$ 5.083,99	\$ 599,45	\$ 5.683.43
11	\$ 70,166.91	\$ 5.121,90	\$ 561,53	\$ 5.683.43
12	\$ 65,006.80	\$ 5.160,11	\$ 523,33	\$ 5.683.43
13	\$ 59,808.21	\$ 5.198,59	\$ 484,84	\$ 5.683.43
14	\$ 54,570.85	\$ 5.237,36	\$ 446,07	\$ 5.683.43
15	\$ 49,294.42	\$ 5.276,43	\$ 407,01	\$ 5.683.43
16	\$ 43,978.64	\$ 5.315,78	\$ 367,65	\$ 5.683.43
17	\$ 38,623.21	\$ 5.355,43	\$ 328,01	\$ 5.683.43
18	\$ 33,227.85	\$ 5.395,37	\$ 288,06	\$ 5.683.43
19	\$ 27,792.24	\$ 5.435,61	\$ 247,82	\$ 5.683.43
20	\$ 22,316.09	\$ 5.476,15	\$ 207,28	\$ 5.683.43
21	\$ 16,799.09	\$ 5.516,99	\$ 166,44	\$ 5.683.43
22	\$ 11,240.95	\$ 5.558,14	\$ 125,29	\$ 5.683.43
23	\$ 5,641.36	\$ 5.599,59	\$ 83,84	\$ 5.683.43
24	\$ 0.00	\$ 5.641,36	\$ 42,08	\$ 5.683.43
	Total	\$124.468,00	\$ 11.934,39	\$ 136.402.40

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.18.-Evaluación Financiera

3.5.18.1.-Tasa de descuento

Al determinar la tasa de descuento se tomará como referencia a la tasa activa 8,68% y la tasa pasiva 6,22% sacando un promedio de las dos, además se sumará al cálculo la tasa de riesgo país 8,26% referencial dada por el banco Central del Ecuador

Tabla 76
Tmar proyecto

Tasa Mínima de Rendimiento			
Costo de Capital	Porcentaje		
Tasa activa	8,68%		7,45%
Tasa Pasiva	6,22%		
Riesgo país	8,26%		
Temar			15,71%

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

3.5.18.2.-Valor actual neto

VAN del proyecto

Tabla 77
VAN proyecto

Detalle.	Van proyecto					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja Proyectado	\$ -248.934,77	\$ 30.621,37	\$ 57.427,84	\$ 154.758,37	\$ 188.791,95	\$ 108.990,82
VAN proyecto	\$ 78.178,86					

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Se puede determinar en la tabla para el proyecto sin financiamiento se tiene un VAN de \$78.178,86 positivo lo que referencia que es mayor a la inversión total del proyecto, esto significa que se espera tener unas utilidades superiores a la inversión original y que el negocio es conveniente financieramente.

3.5.18.3.-Tasa interna de retorno

Tasa interna de retorno del proyecto

Tabla 78
TIR Proyecto

TIR Proyecto						
Detalle.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja Projectado	\$ -248.934,77	\$ 30.621,37	\$ 57.427,84	\$ 154.758,37	\$ 188.791,95	\$ 108.990,82
TIR Proyecto	26%					

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Al calcular la tasa interna de retorno del proyecto arrojó un resultado del 26% lo que indica que es conveniente la creación de la Avícola “Produtambo” S.A., pues la TIR es mayor a la Tmar del proyecto que tiene un resultado del 15.71%.

3.5.18.4.-Periodo de recuperación de la inversión

PRI del proyecto

Tabla 79
PRI del proyecto

Periodo de recuperación						
Años	F.E.O	F.E.O Actual	F.E.O Acumulado	Tmar	Inversión inicial	Periodo de recuperación descontado
0						\$ -248.934,77
1	\$ 30.621,37	\$ 26.463,89	\$ 26.463,89	15,71%	\$ 248.934,77	\$ -222.470,88
2	\$ 57.427,84	\$ 42.892,43	\$ 69.356,32	15,71%	\$ 248.934,77	\$ -153.114,56
3	\$ 154.758,37	\$ 99.894,47	\$ 169.250,80	15,71%	\$ 248.934,77	\$ 16.136,24
4	\$ 188.791,95	\$ 105.317,34	\$ 274.568,14	15,71%	\$ 248.934,77	\$ 290.704,38
5	\$ 108.990,82	\$ 52.545,49	\$ 327.113,63	15,71%	\$ 248.934,77	\$ 617.818,01
					Años	2,9047
					Meses	10,8564
					Días	25,69

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Una vez calculado el periodo de recuperación de la inversión para el proyecto se pudo conocer que se recuperará la total inversión inicial en un lapso de tiempo de 2 años, 10 meses y 25 días.

3.5.18.5.-Relación Costo/Beneficio

Tabla 80
Costo/Beneficio.

Relación Costo Beneficio					
Año	Ingresos Totales	Egresos Totales	Tmar	Ingresos Actuales	Egresos actuales
1	\$ 565.185,60	\$ 448.303,73	15,71%	\$ 488.450,09	\$ 387.437,33
2	\$ 645.288,22	\$ 483.203,62	15,71%	\$ 481.961,06	\$ 360.901,25
3	\$ 736.743,63	\$ 527.149,53	15,71%	\$ 475.558,24	\$ 340.268,03
4	\$ 841.160,84	\$ 578.180,72	15,71%	\$ 469.240,48	\$ 322.537,36
5	\$ 960.376,88	\$ 638.097,45	15,71%	\$ 463.006,65	\$ 307.632,73
			Total	\$ 2.378.216,52	\$ 1.718.776,70
			R C/B	\$ 1,38	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

La relación de costo beneficio para el proyecto tienen un valor de 1.38 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$0.38 quedando un buen margen de rentabilidad

3.5.19.-Análisis de sensibilidad

Tabla 81
Análisis de sensibilidad

Análisis de sensibilidad			
Años	Ingreso Actual	Egresos actuales	Sensibilidad
2020	\$ 488.450,09	\$ 387.437,33	0,41
2021	\$ 481.961,06	\$ 360.901,25	0,49
2022	\$ 475.558,24	\$ 340.268,03	0,54
2023	\$ 469.240,48	\$ 322.537,36	0,59
2024	\$ 463.006,65	\$ 307.632,73	0,62

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Según el margen calculado del análisis de sensibilidad para el 2020 se obtiene un porcentaje del 41% de rentabilidad sobre los egresos incurridos en la ejecución de la empresa, esto implica que el proyecto puede tolerar variaciones de precios los mismos que no pueden superar al porcentaje, para los siguientes años la rentabilidad se incrementa en un promedio de 53%.

3.5.20.-Conclusiones del estudio financiero

- Al elaborar los estados financieros proyectados se va obtener en el estado de resultados una utilidad neta de \$ 55.462.34 para el 2020 los mismos que irán en aumento de acuerdo a la producción estimada de crecimiento obteniendo para el 2024 una utilidad neta de \$191.975.03 el negocio obtiene un buen margen de utilidad que genera confianza a la hora de invertir.
- La recuperación de la inversión viene dada según los factores de producción de la empresa es por eso que la misma recuperará su monto inicial en un periodo de tiempo de 2 años, 10 meses y aproximadamente 25 días en los cuales totalmente estará cubierta los cargos iniciales por compra de activos para la Avícola Produtambo S.A.
- El proyecto para echar andar sus operaciones necesitará un capital de trabajo mensual de \$39.083.82 con este valor se pueden cubrir valores de los costos de ventas, los costos indirectos de fabricación y los gastos administrativos, este es el monto mínimo para que la empresa pueda cubrir con todas sus obligaciones al mes.
- Al tener el proyecto una inversión alta los investigadores realizaron una estructura de financiamiento en que el 50% de la inversión será aportado por los socios y el otro 50% será financiado por la C.F.N la que brindará un préstamo a dos años con un valor de \$ 124.468 al 9.33% de interés que necesitará la empresa para su funcionamiento.
- En conclusión la evaluación financiera arrojó resultados favorables para la creación de la empresa como un VAN positivo de \$78.178.86 con una TIR del 26% superior a la Tmar 15.71%, además a esto por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de \$0.38 cada uno de estos indicadores representan que el proyecto es factible y por lo tanto es una buena inversión.

3.6.-CONCLUSIONES

- Mediante el análisis del estudio de mercado realizado por parte de los investigadores se pudo concluir que en el Cantón Mejía existe una demanda insatisfecha de carne avícola en una cantidad de 96.120 pollos anuales, esto se origina por la inexistencia de plantas avícolas en sectores aledaños, en virtud a esto el mercado puede adoptar una empresa nueva como la Avícola “Produtambo S.A.”
- Entre los factores más relevantes para la elección adecuada de la ubicación de la empresa se pudo determinar que Tambillo alberga ciertas características que hacen atractiva la implementación en ese sector en virtud de la ventaja a los aspectos ambientales y el fácil acceso en clientes y proveedores siendo un punto estratégico para la distribución del producto en todo el cantón Mejía.
- Para el proyecto comenzar sus operaciones requiere una inversión inicial de \$ 248.934,77 este monto será financiado de acuerdo a un porcentaje de 50% de aporte de los socios y el otro 50% financiamiento por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 9.33%.
- Se puede concluir que una vez calculada la evaluación económica se obtuvo un VAN del proyecto con un valor de \$78.178,86 y una TIR del 26% que es superior a la tasa de descuento al tener un 14.20% este genera resultados positivos para el proyecto porque es una idea de negocio rentable en la que se recupera la inversión inicial en un lapso de 2 años, 10 meses y 25 días.
- La propuesta del proyecto beneficiará no solo a los socios del mismo pues además brindará plazas de empleo para las familias del sector de Tambillo porque se reactivará la productividad del sector creando motores económicos en los cuales se desarrollará el nuevo negocio.

3.7.-RECOMENDACIONES

- Se debe considerar cada una de las opiniones de los encuestados en el estudio de mercado para encaminar buenas prácticas de distribución del producto además cada uno de los distribuidores de carne de pollo requiere recibir una entrevista personal a la hora de dar a conocer el producto y las promociones de un nuevo distribuidor de un producto para poder familiarizarse con un proveedor este factor debe tomarse como relevante en el proyecto.
- Se recomienda usar tácticas que se ajusten a la realidad del entorno esto en base a cada uno de los criterios de los encuestados que pueden convertirse en potenciales clientes de la empresa propuesta, estas técnicas deben ajustarse recíprocamente en una propuesta que genere beneficios para el negocio pero que a su vez motive a los consumidores del producto.
- Al realizar el préstamo para la inversión inicial de la empresa se recomienda analizar las tasas de interés que ofrecen cada una de las instituciones financieras esto con la finalidad de elegir la entidad que ofrezca mejores garantías para el proyecto, además para presentar la solicitud de crédito se presentará la evaluación económica que garantiza que el proyecto es rentable.
- Se recomienda realizar políticas con bases firmes tanto para empleados como para posibles clientes en virtud de eficiente procesos productivos, distributivos y de cobranzas en los cuales podrían producirse cuellos de botella generando un perjuicio para el negocio en valores monetarios.
- Se recomienda tener como factor relevante el aspecto ambiental en virtud de que la empresa trabaja con faenamiento, por esto se debe trabajar bajo leyes y normas ambientales.

3.8.-REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Amat Salas, O. (2008). *Análisis económico-financiero*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Aula. (2019). *AulaFacil*. Obtenido de AulaFacil.:

<https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/calidad-en-la-empresa-y-organizaciones/las-especificaciones-l20142>

Baca, G. (2010). *proyectos de sistemas de evaluación*. Mexico: ISBN ebook 978-607-744-259-2.

Baena Toro, D. (2014). *Análisis financiero Enfoque y proyecciones*. Bogotá: Ecoe ediciones.

Balanko , G. (2008). *Como preparar un plan de negocios exitoso* . Mexico :

INTERAMERICANA EDITORES, SA DE CV .

Balanko Dickson , G. (2008). *Como preparar un plan de negocios exitoso*. Mexico: McGRAW-

HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Banco Central del Ecuador. (2019). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>

BBVA. (14 de Mayo de 2015). *BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/finanzas-para-todos-el-riesgo-financiero-y-sus-tipos/>

Betancourt , D. (22 de Mayo de 2016). *Ingenio Empresa*. Obtenido de Ingenio Empresa:

<https://ingenioempresa.com/planificacion-agregada-produccion-planeacion-hecha-mediano-plazo/>

Bustabad, M. (Martes de Noviembre de 2011). *Especificaciones técnicas de producto* . Obtenido de Especificaciones técnicas de producto:

<http://encalidadde.blogspot.com/2011/11/especificaciones-tecnicas-de-producto.html>

Cabrera , H. R. (2010). *Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales* . Obtenido de Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales :

<http://www.eumed.net/libros->

<gratis/2010a/650/Identificacion%20y%20seleccion%20del%20proceso.htm>

Calculadora tributaria-transferencia de dominio. (2019). Obtenido de Calculadora tributaria-transferencia de dominio:

http://consultamdmq.quito.gob.ec/MDMQ_DMT_Calculador/transferencia.aspx

Cano, J. (2016). *Emprendedores La aventura de crear tu propio camino*. Mexico: IT Campus Academy.

Castro, J. (24 de Junio de 2015). *Blog Corponet*. Obtenido de Blog Corponet:

<https://blog.corponet.com.mx/mejores-practicas-en-manejo-de-inventarios-infografia>

Coindreau, R. (30 de Noviembre de 2016). *Integratec*. Obtenido de Integratec:

<https://www.integratec.com/blog/perfiles-de-puesto.html>

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (30 de Abril de 2019). *EDICIONES*

LEGALES . Obtenido de LEXIS FINDER : [http://www.lexis.com.ec/wp-](http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2019/07/LI-CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf)

[content/uploads/2019/07/LI-CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-](content/uploads/2019/07/LI-CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf)

<ECUADOR.pdf>

Ecuador, L. T. (20 de Agosto de 2018). *bizlatinhub*. Obtenido de bizlatinhub:

<https://www.bizlatinhub.com/es/principales-tipos-de-companias-en-ecuador-2/>

Equipo Legal Ecuador . (4 de Octubre de 2017). *Biz latin Hub* . Obtenido de Biz latin Hub :

<https://www.bizlatinhub.com/es/requisitos-tributarios-contables-ecuador/>

Equipo Vertice . (2007). *Dirección Estratégica*. Malaga : PUBLICACIONES VÉRTICE S.L.

Espinosa , R. (22 de Octubre de 2017). *robertoespinosa.es*. Recuperado el 05 de Diciembre de

2019, de robertoespinosa.es: [https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-](https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos)

<que-es-tipos-ejemplos>

Francisco López, J. (21 de Marzo de 2019). *economipedia*. Obtenido de economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>

García, V. (2015). *Análisis financiero un enfoque integral*. Mexico : GRUPO EDITORIAL

PATRIA, S.A. DE C.V.

Hax, A., & Majluf, N. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo*. Buenos Aires:

Ediciones Granica S.A.

Industria Avicola. (2016). *industriaavicola*. Obtenido de industriaavicola:

<http://www.industriaavicola-digital.com/201808/index.php?startid=51#/52>

Koonts, D. (2005). *Sea Competitivo*. Barcelona: Ediciones Robinbook .

Lawrence, G., & Chad, Z. (2012). *Principios de administración financiera*. Mexico: D.R. © 2012

por Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

LEY DE COMPAÑIAS. (23 de Octubre de 2018). *EDICIONES LEGALES*. Obtenido de LEXIS

FINDER: [http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2020/01/LI-Ley-de-](http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2020/01/LI-Ley-de-Compa%F1ias.pdf)

[Compa%F1ias.pdf](http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2020/01/LI-Ley-de-Compa%F1ias.pdf)

Marel, p. (2016). Del procesado manual al automatico.

Martín, J., Cabello, M., Gonzáles, M., Guerra, J., & Montes, A. (2004). *Adminitracion,*

gestion y comercialización de la pequeña empresa . Madrid: Ediciones Akal, S.A.

Martínez, M. L. (2006). *Guia para la presentación de proyectos*. Mexico: siglo xxeditores, s.a.

de c.v.

Melé, M. (25 de Octubre de 2017). *EAE Business School*. Obtenido de EAE Business School: Un

proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de

recursos o factores productivos en bienes y/o servicios.

Mercado, S. (2004). *Mercadotecnia Programada Principios y aplicaciones para orientar la*

empresa hacia el mercado . Mexico : EDITORIAL LIMUSA, S.A. DE CV .

- Meza Orozco, J. J. (2016). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Miranda, J. J. (2012). *Gestion de proyectos*. Mexico: MMEditorial.
- Moreno, D. (01 de Enero de 2015). *www.dspace.uce.edu.ec*. Obtenido de [www.dspace.uce.edu.ec: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8581/1/T-UCE-0003-AE025-%202015.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8581/1/T-UCE-0003-AE025-%202015.pdf)
- Operagb . (01 de Septiembre de 2017). *operagb.com*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019, de [operagb.com: https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf](https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf)
- Orjuela, S., & Sandoval , P. (01 de Diciembre de 2002). *emprendeunefa.files.wordpress.com*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2019, de [emprendeunefa.files.wordpress.com: https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf](https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf)
- Pareja, M. J. (2014). *Temas de empresa* . Madrid: Editorial Edinumen .
- Parra, M., Rubio , G., & Lopez , L. (2017). *Emprendimiento y creatividad*. Bogota : ECOE Ediciones.
- Pérez, O. (2015 de Noviembre de 2015). *People next* . Obtenido de People next : <https://blog.peoplenext.com.mx/descripcion-de-puestos-talento-humano>
- Rodríguez Aranday, F. (2018). *formulación y evaluación de proyectos de inversión* . ciudad de México : Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C .
- Rosales , S. (30 de Diciembre de 2015). *www.scpm.gob.ec*. Recuperado el 2019 de Noviembre de 28, de [www.scpm.gob.ec: https://www.scpm.gob.ec/sitio/2012-2018/](https://www.scpm.gob.ec/sitio/2012-2018/)
- Sainz De Vicuña , J. (2017). *El plan estrategico en la practica* . Madrid : ESIC Editorial .
- Salvador , M., & Parra, F. (2008). *Distribucion comercial* . Madrid : ESIC EDITORIAL .
- Sapag , N. (2007). *Proyectos de inversion formulacion y evaluacion*. Mexico : Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.

Sapag Chaín , N. (2007). *Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.

Servicio de Rentas Internas. (2019). *SRI en línea*. Obtenido de SRI en línea:

https://srienlinea.sri.gob.ec/auth/realms/Internet/protocol/openid-connect/auth?response_type=code&client_id=app-tuportal-internet&redirect_uri=https%3A%2F%2Fsrienlinea.sri.gob.ec%2Ftuportal-internet%2FverificaEmail.jspa&state=6d3f5eb9-a850-4326-97ae-eb8e

Servicio de Rentas Internas. (2018). Obtenido de Servicio de Rentas Internas:

<https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-renta#%C2%BFcu%C3%A1-es>

Sistema Impositivo Municipal. (2019). Obtenido de

https://pam.quito.gob.ec/mdmq_declaracionPatentes/FormularioPreinscripcionObligado.aspx

Suárez, A. (20 de Diciembre de 2018). *blog.comparasoftware.com*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2019, de blog.comparasoftware.com:

https://blog.comparasoftware.com/naturaleza-del-proyecto/#Que_es_la_naturaleza_de_un_proyecto_Como_esta_definicion_es_determinante_en_los_negocios

Tapia, E. (17 de Octubre de 2019). *EL COMERCIO* . Obtenido de EL COMERCIO:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/sube-pais-riesgo-ecuador-deuda.html>

Vázquez, A. (2015). *El Emprendimiento empresarial la importancia de ser emprendedor*. Madrid, España: IT Campus Academy.

Vidal , I. (2004). *Como conquistar el mercado con una estrategia CRM*. Madrid : FC EDITORIAL .

Vizcaino Cabezas, D. A. (05 de Diciembre de 2014). *AGROCALIDAD*. Obtenido de

AGROCALIDAD: [http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-](http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2014/12/RESOLUCION-279-DEL-REGLAMENTO-DE-FERIAS.pdf)

[content/uploads/2014/12/RESOLUCION-279-DEL-REGLAMENTO-DE-FERIAS.pdf](http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2014/12/RESOLUCION-279-DEL-REGLAMENTO-DE-FERIAS.pdf)

Weinberger , K. (01 de Junio de 2009). *www.uss.edu.pe*. Recuperado el 08 de Noviembre de

2019, de www.uss.edu.pe:

http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf

Zúñiga , M., Montoya , J., & Esquivel , A. (2007). *Gestion de proyectos de conservacion y*

manejo de recursos naturales . Costa Rica : Editorial Universidad Estatal a distancia .

3.8.-ANEXOS

Anexo A

Hojas de vida

Hoja de vida de investigador 1



DATOS PERSONALES

NOMBRES	Jefferson Jose
APELLIDOS	Bohórquez Tumbaico
Lugar y fecha de nacimiento	Pichincha, 10 de Abril de 1996
N° C.I.	1724930761
Estado Civil:	Casado
Dirección Domiciliaria	Pichincha/Barrio: El Rocío “calle novena y décima”
Teléfono	0959123681
Fax	Jefferbor20111@gmail.com

ESTUDIOS Y TITULOS

Secundarios:

INSTITUCIÓN	Unidad Educativa Uyumbicho
Carrera	Administración de empresas/ Contabilidad
Nivel	Aprobado

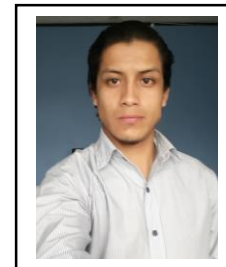
Superiores:

INSTITUCIÓN	Universidad Técnica de Cotopaxi.
Carrera	Ingeniería Comercial
Nivel	10 mo.

Hoja de vida de investigador 2

DATOS PERSONALES

NOMBRES:	Alex Xavier		
APELLIDOS:	Calva Buses		
Lugar y fecha de nacimiento:	Pichincha, 23 de octubre de 1994		
N° C.I.	1723017230		
Estado Civil:	Soltero		
Dirección Domiciliaria:	Pichincha/Parroquia: Guamani, barrio José Peralta		
Teléfono:	(02) 3003832	Celular:	0984361061
Correo electrónico:	xaviercalva3@gmail.com		



ESTUDIOS Y TITULOS

Primarios:

INSTITUCIÓN:	Unidad Educativa Latinoamérica Unida		
Carrera:	Educación básica		
Especialización:		Nivel:	Aprobado

Secundarios:

INSTITUCIÓN:	Instituto Tecnológico Superior		
Carrera:	Bachiller en Administración de empresas/ Contabilidad		
Especialización:		Nivel:	Aprobado

Superiores:

INSTITUCIÓN:	Universidad Técnica de Cotopaxi.		
Carrera:	Ingeniería Comercial		
Especialización:	Comercio	Nivel:	10 mo

Hoja de vida del tutor

DATOS PERSONALES

NOMBRES:	Milton Marcelo		
APELLIDOS:	Merino Zurita		
Lugar y fecha de nacimiento:	Latacunga, 14 de Marzo de 1971		
N° C.I.	0501802441		
Estado Civil:	Casado		
Teléfono:	Ninguno	Celular:	0992531909
Correo electrónico:	milton.merino@utc.edu.ec		

ESTUDIOS REALIZADOS Y TITULOS OBTENIDOS

Ingeniero Comercial	2002-09-19
Especialista en Diseño Curricular por Competencias	2008-08-20
Magister en Docencia Universitaria y Administración educativa	2009-05-18
Diploma Superior en Gestión de talento humano	2012-05-16
Magister en Administración de Empresas	2017-07-13

HISTORIAL PROFESIONAL

Facultad en la que labora	Ciencias Administrativas
Área de conocimiento en la cual se desempeña	Ciencias Sociales, Educación comercial y Administración
Fecha de ingreso a la UTC	Abril 2006

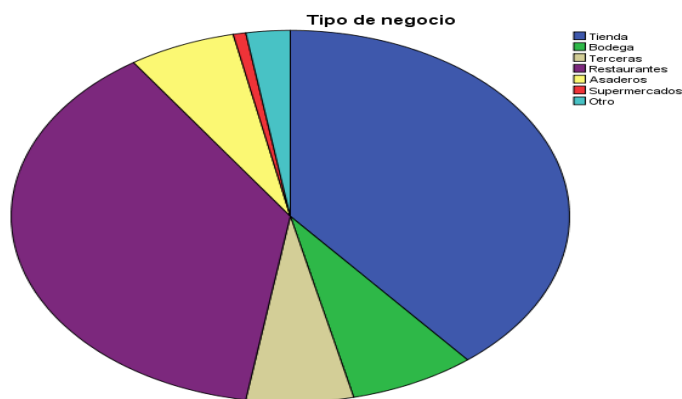
Anexo B
Encuestas, resultados y análisis

Preguntal

Tipos de negocios encuestados.

		1.-Tipo de negocio			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tienda	107	39,1	39,1	39,1
	Bodega	20	7,3	7,3	46,4
	Terceras	17	6,2	6,2	52,6
	Restaurantes	104	38,0	38,0	90,5
	Asaderos	17	6,2	6,2	96,7
	Supermercados	2	7	7	97,4
	Otro	7	2,6	2,6	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Tipo de negocio.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Con los datos obtenidos mediante la encuesta se pudo determinar que los negocios que más adquieren la carne de pollo son las tiendas con el 39.10% seguido de los restaurantes con 38% .

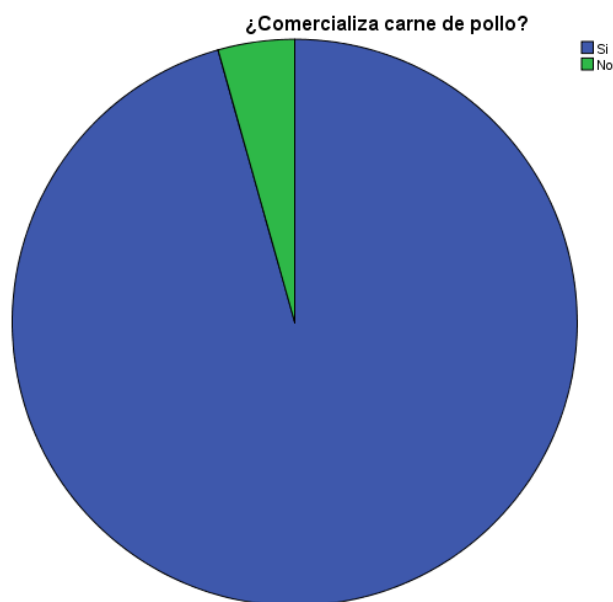
2.- ¿Comercializa carne de pollo?

Pregunta 2

Comercialización de carne de pollo

2.- ¿Comercializa carne de pollo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	262	95,6	95,6	95,6
	No	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Comercialización de carne de pollo

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Con los datos obtenidos mediante la encuesta se pudo determinar un 95.60% de los negocios considerados para la encuesta comercializan carne de pollo mientras que el 4.40% no comercializa este producto en su establecimiento.

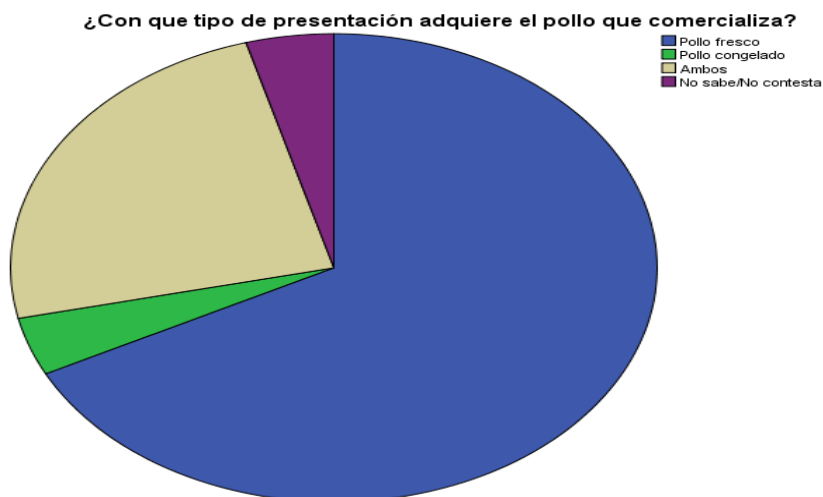
3.- ¿Con que tipo de presentación adquiere el pollo que comercializa?

Pregunta 3

Tipo de presentación del pollo que adquiere el negocio.

3.- ¿Con qué tipo de presentación adquiere el pollo que comercializa?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pollo fresco	185	67,5	67,5	67,5
	Pollo congelado	11	4,0	4,0	71,5
	Ambos	66	24,1	24,1	95,6
	No sabe/No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Tipo de presentación del pollo que adquiere el negocio.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Se pudo conocer que la presentación con que adquieren la carne los negocios está en un 67.50% con pollo fresco, mientras tanto los establecimientos que compra el producto congelado tienen un 4%, pero también existen locales que se abastecen de ambas presentaciones con un 24.10%.

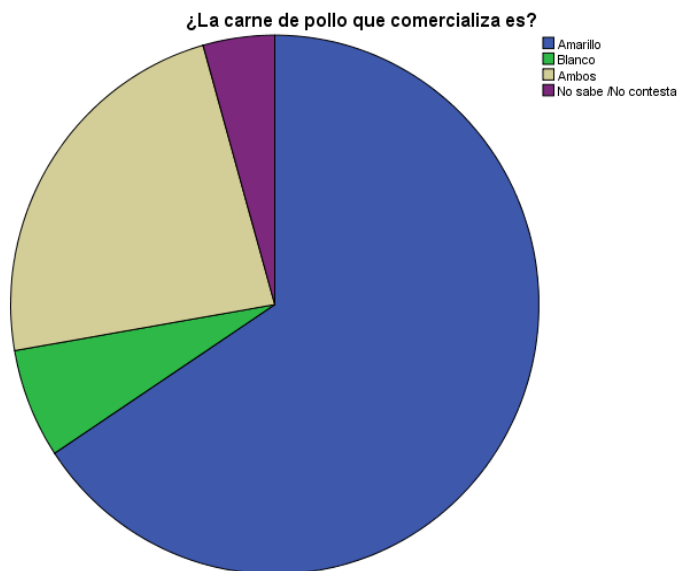
4.- La carne de pollo que comercializa es:

Pregunta 4

Tipo de carne de pollo que comercializan los negocios.

		4.- ¿La carne de pollo que comercializa es?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amarillo	180	65,7	65,7	65,7
	Blanco	18	6,6	6,6	72,3
	Ambos	64	23,4	23,4	95,6
	No sabe /No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Tipo de carne de pollo que comercializan los negocios.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Según los datos obtenidos en la encuesta el 65.70% comercializa carne de pollo amarilla, mientras que el 6.6% comercializa carne blanca además se determinó que varios establecimientos comercializa ambos tipos de carne con 23.4%.

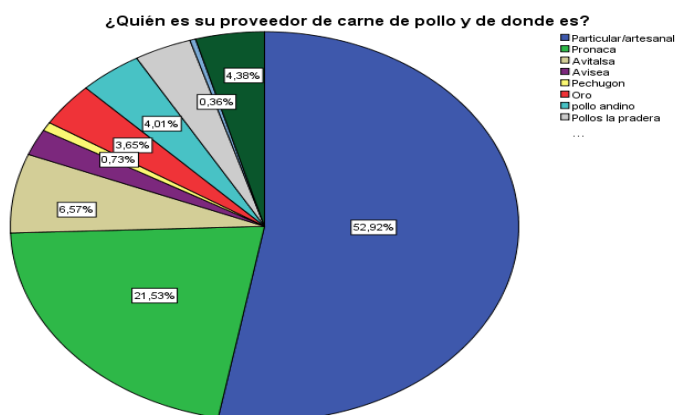
5.- ¿Quién es su proveedor de carne de pollo?

Pregunta 5

Proveedores

5.- ¿Quién es su proveedor de carne de pollo y de donde es?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Particular/artesanal	145	52,9	52,9	52,9
	Pronaca	59	21,5	21,5	74,5
	Avitalsa	18	6,6	6,6	81,0
	Avisea	6	2,2	2,2	83,2
	Pechugón	2	,7	,7	83,9
	Oro	10	3,6	3,6	87,6
	pollo andino	11	4,0	4,0	91,6
	Pollos la pradera	10	3,6	3,6	95,3
	Particular/economista/Pronaca/Avitalsa	1	,4	,4	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Proveedores.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Con los datos obtenidos en la investigación de campo se pudo conocer que el mayor proveedor de pollo en los negocios comercializadores son los productores particulares en un 52.9% y además se puede destacar como segundo principal proveedor a PRONACA con un 21.5%.

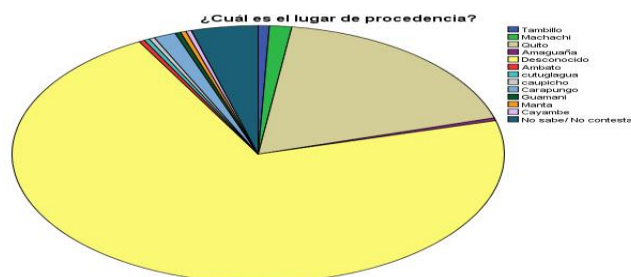
5.1.- ¿Cuál es la procedencia de su proveedor de carne de pollo?

Pregunta 5.1

Procedencia del proveedor

		¿Cuál es el lugar de procedencia?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tambillo	2	7	7	7
	Machachi	4	1,5	1,5	2,2
	Quito	50	18,2	18,2	20,4
	Amaguaña	1	,4	,4	20,8
	Desconocido	195	71,2	71,2	92,0
	Ambato	1	,4	,4	92,3
	Cutuglagua	1	,4	,4	92,7
	Caupicho	1	,4	,4	93,1
	Carapungo	4	1,5	1,5	94,5
	Guamani	1	,4	,4	94,9
	Manta	1	,4	,4	95,3
	Cayambe	1	,4	,4	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Proveedores.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Mediante los datos obtenidos se pudo determinar que la mayoría de negocios comercializadores de carne de pollo desconocen la ubicación de su proveedor en un 71.2% mientras que con 18.2% conocen la ubicación en el cantón Quito.

6.- ¿Cuáles son las principales características que debe poseer el producto ofrecido por parte de su proveedor?

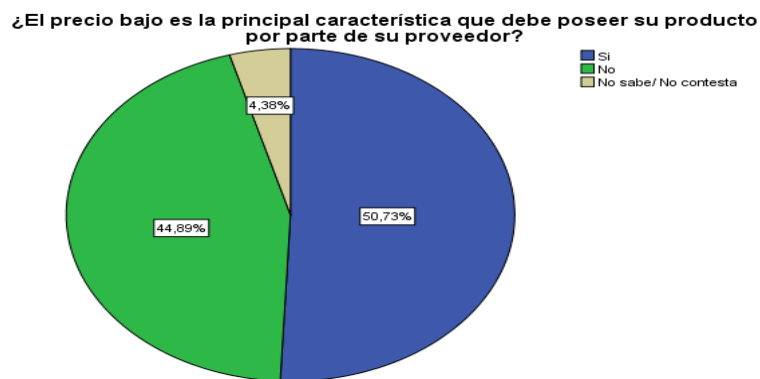
6.1.- ¿El precio bajo es la principal característica que debe poseer el producto por parte del proveedor?

Pregunta 6.1

Características del producto.

¿El precio bajo es la principal característica que debe poseer su producto por parte de su proveedor?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	139	50,7	50,7	50,7
	No	123	44,9	44,9	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Procedencia del proveedor.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

El 50.7% de los encuestados prefiere como característica principal del producto el precio mientras el 44.9% no prefiere esta característica.

6.2.- ¿La frescura del producto es la principal característica que debe poseer su producto por parte de su proveedor?

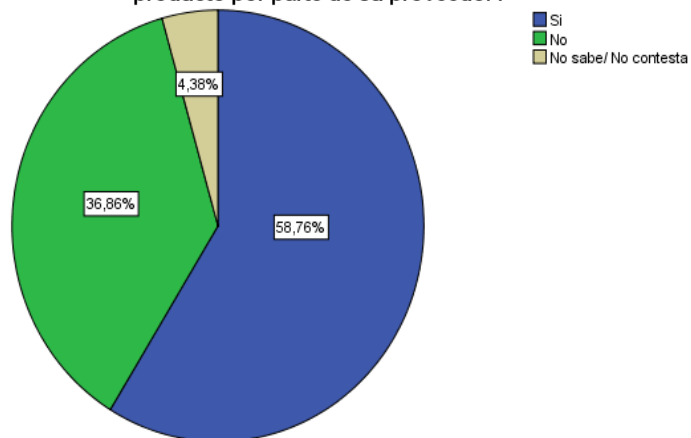
Pregunta 6.2

Características del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	161	58,8	58,8	58,8
	No	101	36,9	36,9	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

¿La frescura del producto es la principal característica que debe poseer su producto por parte de su proveedor?



Características del producto.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Mediante la investigación de campo se logró conocer que el 58.8% de la población encuestada prefiere la frescura del producto mientras el 36.9% no prefieren esta característica.

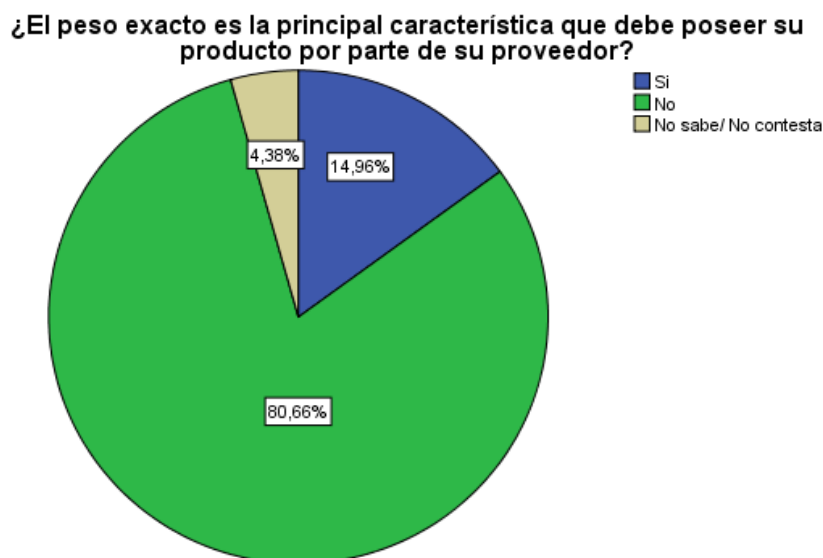
6.3.- ¿El peso exacto es la principal característica que debe poseer su producto por parte de su proveedor?

Pregunta 6.3

Características del producto

		¿El peso exacto es la principal característica que debe poseer su producto por parte de su proveedor?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	41	15,0	15,0	15,0
	No	221	80,7	80,7	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Características del producto.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Según los datos obtenidos en la encuesta el 80.7% de los negocios encuestados no prefiere al peso exacto como principal característica del producto sin embargo el 15% prefiere al peso exacto.

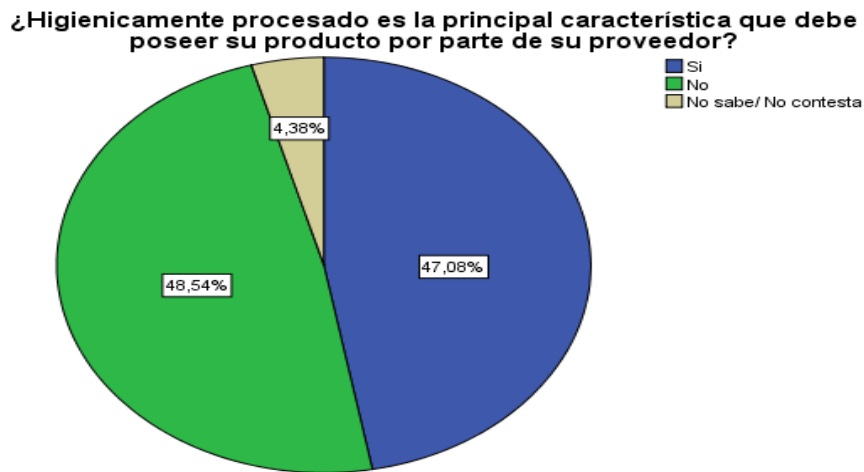
6.4.- ¿Higiénicamente procesado es la principal característica que debe poseer su producto por parte de su proveedor?

Pregunta 6.4

Características del producto

¿Higiénicamente procesado es la principal característica que debe poseer su producto por parte de su proveedor?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	129	47,1	47,1	47,1
	No	133	48,5	48,5	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Características del producto.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Mediante el análisis de los datos se pudo determinar 48.5% no prefiere la característica de higiénicamente procesado el producto sin embargo el 48.5% está de acuerdo en preferir esta característica a la hora de adquirir un producto.

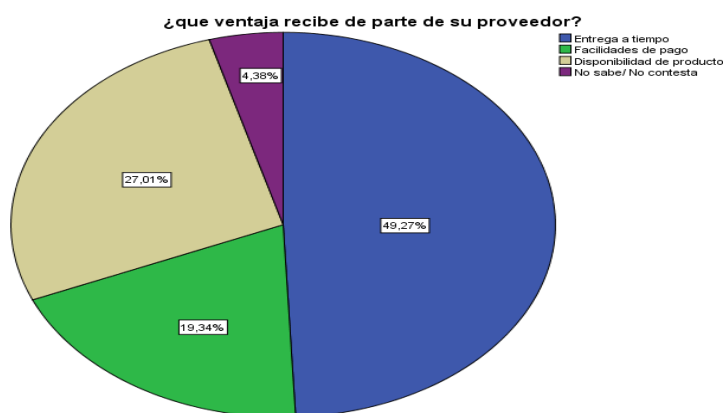
7.- ¿Qué ventaja recibe de parte de su proveedor?

Pregunta 7

Ventajas del proveedor

7.- ¿Qué ventaja recibe de parte de su proveedor?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entrega a tiempo	135	49,3	49,3	49,3
	Facilidades de pago	53	19,3	19,3	68,6
	Disponibilidad de producto	74	27,0	27,0	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Ventajas del proveedor

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Mediante los datos obtenidos se conoció que el 49.3% de negocios obtienen la ventaja de entrega a tipo por parte de sus proveedores, mientras que el 27% tiene la disponibilidad del producto como principal ventaja 27% dejando con un 19.3% a las facilidades de pago.

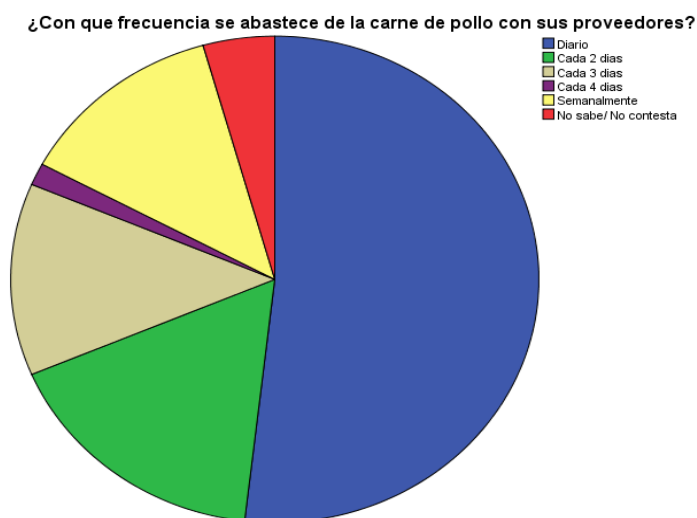
8.- ¿Con que frecuencia se abastece de la carne de pollo con sus proveedores?

Pregunta 8

Frecuencia de abastecimiento.

8.- ¿Con que frecuencia se abastece de la carne de pollo con sus proveedores?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	142	51,8	51,8	51,8
	Cada 2 días	46	16,8	16,8	68,6
	Cada 3 días	35	12,8	12,8	81,4
	Cada 4 días	4	1,5	1,5	82,8
	Semanalmente	35	12,8	12,8	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Frecuencia de abastecimiento.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Con los datos obtenidos mediante la encuesta se pudo determinar que 51.8% de negocios se abastece a diario, mientras tanto también existen establecimientos que se abastecen cada 2 días con el 16.8%, pero también los datos arrojaron con el 12.8% que adquieren el producto semanalmente.

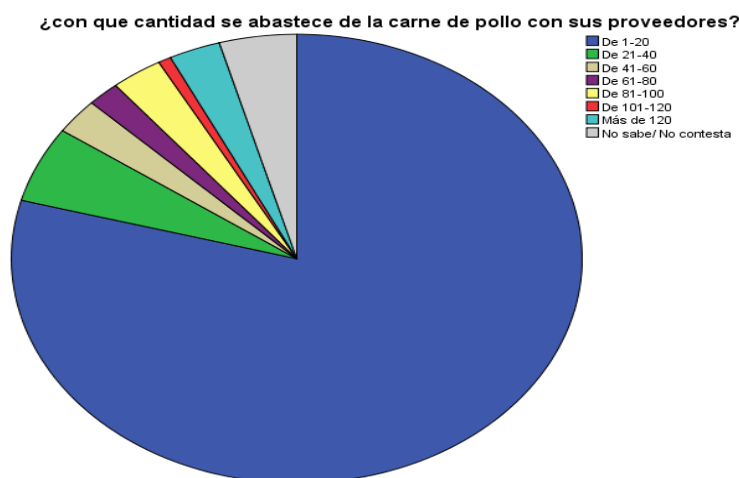
8.1.- ¿En qué cantidad se abastece de la carne de pollo con sus proveedores?

Pregunta 8.1

Cantidad de abastecimiento.

¿Con que cantidad se abastece de la carne de pollo con sus proveedores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1-20	217	79,2	79,2	79,2
	De 21-40	15	5,5	5,5	84,7
	De 41-60	7	2,6	2,6	87,2
	De 61-80	5	1,8	1,8	89,1
	De 81-100	8	2,9	2,9	92,0
	De 101-120	2	,7	,7	92,7
	Más de 120	8	2,9	2,9	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
Total		274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Cantidad de abastecimiento.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Según los datos obtenidos en la encuesta el 79.2% se abastecen de un promedio 1 a 20 pollos, el 5.5% demanda de 21 a 40 unidades y el 2.9% de los negocios encuestados adquiere más de 120 pollos.

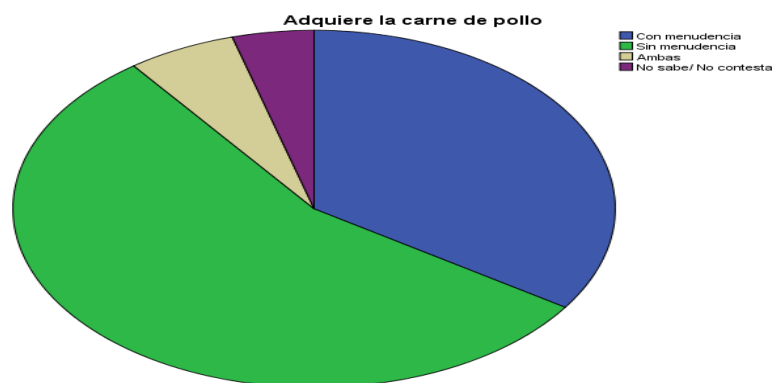
9.- Adquiere la carne de pollo:

Pregunta 9

Adquisición del pollo con o sin menudencias.

		9.-Adquiere la carne de pollo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Con menudencia	94	34,3	34,3	34,3
	Sin menudencia	152	55,5	55,5	89,8
	Ambas	16	5,8	5,8	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
Total		274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Adquisición del pollo con o sin menudencias.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Con los datos obtenidos mediante la encuesta se pudo determinar que el 55.5% de establecimientos adquiere la carne sin menudencias mientras el 34% adquiere el producto con menudencias, además se conoció que un 5.8% adquiere el producto con ambas presentaciones.

10.- ¿En qué rango se encuentra el precio de la libra de pollo que compra?

Pregunta 10

Precio de la libra de pollo que adquieren los negocios.

10.- ¿En qué rango se encuentra el precio de la libra de pollo que compra?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menos de \$1.00	63	23,0	23,0	23,0
	De \$1.01-\$1.15	171	62,4	62,4	85,4
	De \$1.16-\$1.30	27	9,9	9,9	95,3
	No sabe/ No contesta	13	4,7	4,7	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Precio de la libra de pollo que adquieren los negocios.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Según los datos obtenidos de la encuestas el 62.40% compra la libra de pollo en un rango de \$1.01 a \$1.15 mientras el 23% la adquiere a menos de un dólar esto puesto a distintos factores como la compra de pollos en pie o la demanda de grandes cantidades del producto.

11.- ¿Cuál es el peso promedio del pollo que adquiere en su negocio?

Pregunta 11

Peso estimado del pollo que adquieren los negocios.

11.- ¿Cuál es el peso promedio del pollo que adquiere en su negocio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	4 libras	57	20,8	20,8	20,8
	5 libras	131	47,8	47,8	68,6
	6 libras	66	24,1	24,1	92,7
	7 libras	7	2,6	2,6	95,3
	Más de 7 libras	1	,4	,4	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Peso estimado del pollo que adquieren los negocios

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Con los datos obtenidos mediante la encuesta se pudo determinar que el 47.8% de los negocios adquiere el producto con un peso de 5 libras, por otro lado el 24.1% de establecimientos demanda un pollo de 6 libras promedio no obstante también existe el 20.8% requieren pollos de 4 libras.

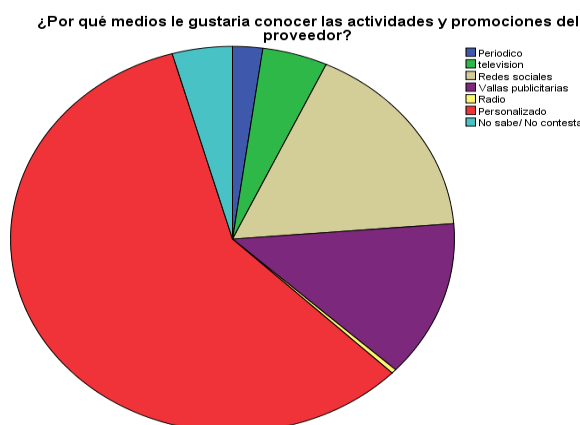
12.- ¿Por qué medios le gustaría conocer las actividades y promociones del proveedor?

Pregunta 12

Medios de conocimiento acerca de las actividades de un proveedor.

12.- ¿Por qué medios le gustaría conocer las actividades y promociones del proveedor?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Periódico	6	2,2	2,2	2,2
	Televisión	13	4,7	4,7	6,9
	Redes sociales	46	16,8	16,8	23,7
	Vallas publicitarias	36	13,1	13,1	36,9
	Radio	1	,4	,4	37,2
	Personalizado	160	58,4	58,4	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Medios de conocimiento acerca de las actividades de un proveedor.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Los datos obtenidos en la investigación de campo arrojaron que el 58.4% busca conocer las actividades de un proveedor mediante una entrevista personal, sin embargo el 16.8% admite preferirlas redes sociales para conocer un proveedor, mientras tanto un 13.1% de los encuestados prefiere ser informado mediante vallas publicitarias.

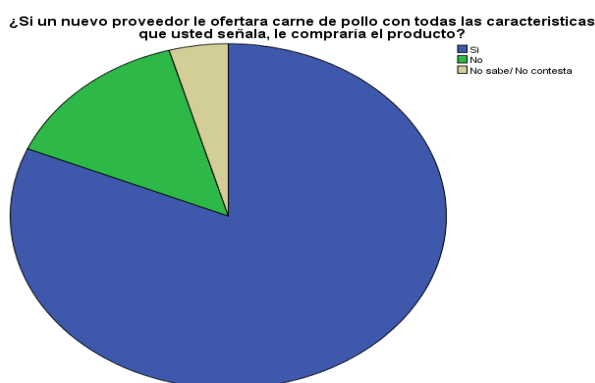
13.- ¿Si un nuevo proveedor le ofertara carne de pollo con todas las características que señala le compraría el producto?

Pregunta 13

Aceptación de la idea de negocio.

13.- ¿Si un nuevo proveedor le ofertara carne de pollo con todas las características que usted señala, le compraría el producto?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	223	81,4	81,4	81,4
	No	39	14,2	14,2	95,6
	No sabe/ No contesta	12	4,4	4,4	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)



Aceptación de la idea de negocio.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Análisis:

Con los datos obtenidos mediante la encuesta se pudo determinar que el 81.4% aceptaría adquirir el producto de un nuevo proveedor de carne de pollo mientras el 14.2% de los negocios admiten estar contentos con su proveedor frecuente y no aceptaría la mercancía de uno nuevo.

Anexo C

Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO
ENCUESTA

OBJETIVO: Recopilar información con el propósito de analizar la demanda y oferta existente de carne de pollo en el mercado del Cantón Mejía.

Encuesta dirigida a los negocios que comercialicen carne de pollo

INSTRUCCIÓN: Marque con una x la respuesta que usted considere adecuada en base a la verdad. ¡Gracias por su colaboración!

Número de cuestionario

Nombre del encuestador:

Nombre del local:

Dirección:

Sector:

1.- Tipo de negocio.

- Tienda
- Bodega
- Tercenas
- Restaurantes
- Asaderos
- Supermercados.
- Otro

2.- ¿Comercializa carne de pollo?

- Si
- No

3.- ¿Con que tipo de presentación adquiere el pollo que comercializa?

- Pollo fresco.
- Pollo congelado.
- Ambos

4.- ¿La carne de pollo que comercializa es?

- Amarillo
- Blanco.
- Ambos
-

5.- ¿Quién es su proveedor de carne de pollo y de donde es?

Nombre	Dirección de lugar de procedencia
a).....
b).....
c).....
d).....

6.- ¿Cuáles son las principales características que debe poseer el producto ofrecido por parte su proveedor?

- Precio bajo
 - Frescura del producto
 - Peso exacto
 - Higiénicamente procesado
 - Otra
- ¿Cuánto?
¿Cuál?

7.- ¿Que ventaja recibe de parte de su proveedor?

- Entrega a tiempo
- facilidades de pago
- disponibilidad de producto

8.- ¿Con que frecuencia y en qué cantidad se abastece de la carne de pollo con sus proveedores?

Frecuencia		Cantidad	
• Diario	<input type="text"/>	De 1-20	<input type="text"/>
• Cada 2 días	<input type="text"/>	De 21-40	<input type="text"/>
• Cada 3 días	<input type="text"/>	De 41- 60	<input type="text"/>
• Cada 4 días	<input type="text"/>	De 61- 80	<input type="text"/>
• Semanalmente	<input type="text"/>	De 81- 100	<input type="text"/>
		De 101- 120	<input type="text"/>
		Más de 120	<input type="text"/>

9.- Adquiere la carne de pollo:

- Con menudencia.
- Sin menudencia.
- Ambas

10.- ¿En qué rango se encuentra el precio de la libra de pollo que compra?

- Menos de \$1.00
- De \$1.01- \$1,15
- De \$1.16- \$1,30
- De \$1,31- \$1,45
- De \$1,45- \$1,60

11.- ¿Cuál es el peso promedio del pollo que adquiere en su negocio?

- 4 libras
- 5 libras
- 6 libras
- 7 libras
- Más de 7 libras
-

12.- ¿Por qué medios le gustaría conocer las actividades y promociones del proveedor?

- Periódico
- Televisión
- Redes sociales
- Vallas publicitarias
- Radio
- Personalizado

13.- ¿Si un nuevo proveedor le ofertara carne de pollo con todas las características que señala, le compraría el producto?

- SI
- NO

Anexo D

Creación de misión y visión empresarial

Misión de la empresa.

Preguntas	Respuestas
¿Qué somos?	Sociedad Anónima “AVICOLA PRODUTAMBO”
¿Qué hacemos?	Producción y comercialización de carne de pollo
¿Cómo lo hacemos?	Innovación, la calidad y un excelente servicio
¿Quién lo hace?	Recurso humano
¿Dónde lo hacemos?	En la planta ubicado en el Cantón Mejía
¿Para quién lo hacemos?	Público del Cantón Mejía
¿Porque lo hacemos?	Para mejorar la calidad de vida y satisfacer necesidades de los consumidores

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Visión de la empresa

Preguntas	Respuestas
¿Qué seremos?	En el año 2024 llegara a posicionarse como una de las empresas más competitivas dentro del mercado.
¿Qué haremos?	Proporcionar a los consumidores una alternativa saludable y deliciosa
¿Cómo lo haremos?	Ampliando la oferta de productos
¿Quién lo hará?	Recurso humano eficiente
¿Dónde lo haremos?	En todos los cantones que componen la provincia de Pichincha
¿Para quién lo haremos?	Población de pichincha
¿Porque lo haremos?	Porque queremos satisfacer las necesidades de los consumidores.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019)

Anexo E
Perfiles de puesto

Perfil de puesto del veterinario

CARGO: VETERINARIO		COD: VET-001
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
El Veterinario de “Produtambo S.A” tiene como función principal velar por el desarrollo eficiente de cada una de las aves.		
FUNCIONES DE CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Programa de alimentación. • Programa de hidratación. • Pesaje e identificación de los pollitos. • Manejo de productos por parte de agro calidad. • Programa de vacunación. 		
RELACIONES DE CARGO		
Relación Autoridad: Junta de accionistas.		
Relación subordinado:		
PERFIL DE CARGO		
Información demográfica	Edad requerida	27 años en adelante
	Sexo	Indistinto.
	Nacionalidad	Ecuatoriana
Formación	Estudios básicos	Cursos afines al cuidado de animales.
	Profesionales	Título universitario en veterinaria especialista en avicultura.
Conocimientos requeridos		
El buen manejo de las aves y granjas.		
Conocimientos adicionales		
Conocimiento sobre interpretación de datos del laboratorio y manejo de Microsoft Office y otras aplicaciones afines.		
Experiencia	Años	5 años
COMPETENCIAS LABORALES		
COMPETENCIAS BASICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Trabajo a tiempo parcial	4	Laborará a la semana en un periodo máximo de 25 horas.
Calidad del trabajo	4	Cumplimiento de las tareas con eficiencia y eficacia
COMPETENCIAS ESPECIFICAS		HABILIDADES GENERALES
Elaborar e implementar los calendarios de vacunación		Persona sana física y mentalmente
Realizar la toma y envío de muestras para el laboratorio para el análisis de agua, alimento, sueros sanguíneos, órganos y más.		Inclinación hacia la ciencia y amor por los animales.
Diseñar los programas de prevención y vigilancia epidemiológica		Espíritu de superación y capacidad para trabajar en equipo.

Perfil de puesto-veterinario.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Perfil de puesto del vendedor

CARGO: VENDEDOR		COD: VNT-001
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Cumplir con las metas y objetivos propuestos para promover la venta de productos de carne. Laborará en la avícola Produtambo S.A. con su propio automóvil para la distribución del producto, además el vendedor laborará bajo política de comisión		
FUNCIONES DE CARGO		
-Estar dispuesto a realizar trabajos repetitivos. -Capacidad de trabajar bajo presión. -Capacidad de acatar órdenes sin excusas. -Ser responsable en sus tareas. -Capacidad de convencimiento y atracción de clientes.		
RELACIONES DE CARGO		
Relación Autoridad: Accionistas-gerentes.		
Relación subordinado: Administrador		
PERFIL DE CARGO		
Información demográfica	Edad requerida	25 años en adelante
	Sexo	Indistinto
	Nacionalidad	Ecuatoriana
Formación	Estudios básicos	Experiencia en ventas y negociación Atención al cliente
	Profesionales	Capacitaciones afines al manejo de personas y a atención.
Conocimientos requeridos		<ul style="list-style-type: none"> Atención al cliente. Relación con el cliente. Actitudes hacia el cliente.
Conocimientos adicionales		Manejo Avanzado del Sistema Operativo Windows y de herramientas como Word, Excel y Power Point.
Experiencia	Años	3 años
COMPETENCIAS LABORALES		
COMPETENCIAS BASICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Adaptabilidad	4	Capacidad para permanecer eficaz dentro de un medio para enfrentarse con nuevas tareas, retos y personas.
Capacidad crítica	5	Habilidad para la evaluación de datos y líneas de acción para conseguir tomar decisiones lógicas de forma imparcial y razonada.
COMPETENCIAS GENERICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Trabajo en equipo	5	Disposición para participar con varias personas, independientemente de los intereses personales.
Sociabilidad	5	Capacidad para mezclarse fácilmente con otras personas. Abierto y participativo.
Tolerancia al Estrés Trabajo bajo presión	4	Capacidad para mantener firme ante la acumulación de tareas o responsabilidades, es decir frente a varias cargas.
Puntualidad	5	Valor que muestra la capacidad de realizar diferentes actividades, transmitir mayor confianza, mejorar nuestro trabajo.
Conocimientos Requeridos		Habilidades Generales
<ul style="list-style-type: none"> Atención al cliente. Relación con el cliente. Satisfacción al cliente. Actitudes hacia el cliente. 		<ul style="list-style-type: none"> Meticuloso. Buena capacidad de retención de información. Puntual. Trabajo en equipo.

Perfil de puesto del vendedor

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Perfil de puesto del contador/contadora

CARGO: CONTADOR		COD: CONT-001
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Responsable de la presentación de la información financiera de la empresa "Produtambo", además del cumplimiento en tiempo y forma de las obligaciones fiscales.		
FUNCIONES DE CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar la NIC en la empresa • Manejar e interpretar la contabilidad • Realizar informes para los accionistas-gerentes. 		
RELACIONES DE CARGO		
Relación Autoridad: Accionistas-gerentes		
Relación subordinado:		
PERFIL DE CARGO		
Información demográfica	Edad requerida	28 años en adelante
	Sexo	Indistinto
	Nacionalidad	Ecuatoriana
Formación	Estudios básicos	Experiencia en la aplicabilidad de las NIC.
	Profesionales	Título universitario en Carreas afines a Lic. en contabilidad
Conocimientos requeridos		Capacidad de Establecer procedimientos de información que permita controlar, registrar, verificar y explicar las operaciones de una empresa.
Conocimientos adicionales		Manejo Avanzado del Sistema Operativo Windows y de herramientas como Word, Excel y Power Point.
Experiencia	Años	4 años
COMPETENCIAS LABORALES		
COMPETENCIAS BASICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Calidad del trabajo	4	Cumplimiento de las tareas con eficiencia y eficacia
Capacidad crítica	5	Habilidad para la evaluación de datos y líneas de acción para conseguir tomar decisiones lógicas de forma imparcial y razonada.
COMPETENCIAS GENERICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Trabajo en equipo	5	Disposición para participar con varias personas, independientemente de los intereses personales.
Sociabilidad	5	Capacidad para mezclarse fácilmente con otras personas. Abierto y participativo.
Tolerancia al Estrés Trabajo bajo presión	4	Capacidad para mantener firme ante la acumulación de tareas o responsabilidades, es decir frente a varias cargas.
Puntualidad	5	Valor que muestra la capacidad de realizar diferentes actividades, transmitir mayor confianza, mejorar nuestro trabajo.
Conocimientos Requeridos		Habilidades Generales
<ul style="list-style-type: none"> • Manejar la materia contable fiscal y financiera 		<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar los conocimientos en forma critica • Capacidad de negociación. • Capacidad de análisis y síntesis.

Perfil de puesto del contador/contadora.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Perfil de puesto de operario

CARGO: OPERADOR		COD: OPR-001
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para la transformación de producto además de responsabilizarse en elaborar y controlar todos los procesos que tengan que ver con el producto.		
FUNCIONES DE CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> Realizar las actividades correspondientes para la realización del producto desde el momento que la materia prima ingresa a la microempresa hasta que se obtiene el producto final de calidad. Trabajar en el área de producción con eficiencia y eficacia. 		
RELACIONES DE CARGO		
Relación Autoridad: Accionistas-gerentes.		
Relación subordinad: Ninguno.		
PERFIL DE CARGO		
Información demográfica	Edad requerida	25 años en adelante
	Sexo	Indistinto
	Nacionalidad	Ecuatoriana
Formación	Estudios básicos	Estudios primarios y secundarios
	Profesionales	Estudios secundarios, preferiblemente con la especialidad de química
	Posgrados	N/A
Conocimientos adicionales		Manejo de aves Manejo de personal
Experiencia	Años	1 años
COMPETENCIAS LABORALES		
COMPETENCIAS BASICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Adaptabilidad	4	Capacidad para permanecer eficaz dentro de un medio para enfrentarse con nuevas tareas, retos y personas.
Capacidad crítica	5	Habilidad para la evaluación de circunstancias y de posibles problemas en la utilización de maquinaria.
COMPETENCIAS GENERICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Trabajo en equipo	5	Disposición para participar con varias personas para obtener un beneficio como resultado de la tarea a realizar, independientemente de los intereses personales.
Sociabilidad	5	Capacidad para mezclarse fácilmente con otras personas. Abierto y participativo.
Puntualidad	5	Valor que muestra la capacidad de realizar diferentes actividades, transmitir mayor confianza, mejorar nuestro trabajo.
Habilidades Generales		Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none"> Trabajo en equipo. 		<ul style="list-style-type: none"> Revisar e informar sobre anomalías en los procesos.
<ul style="list-style-type: none"> Ordenado. 		<ul style="list-style-type: none"> Presentar informe de inventarios
<ul style="list-style-type: none"> Puntualidad. 		<ul style="list-style-type: none"> Mantener el orden y limpieza en el área de producción.

Perfil de puesto de operario.

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Perfil de puesto de galponero

CARGO: GALPONERO		COD: GALP-001
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Precautelar el cuidado de las aves con la alimentación correcta e hidratación además de hacer cumplir las normas de bioseguridad de la granja.		
FUNCIONES DE CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Alimentar a las aves y manejar las instalaciones de la granja. • Limpiar los corrales y el galpón. • Encargarse de la recepción de las aves. • Supervisar el buen estado de las instalaciones de la granja. 		
RELACIONES DE CARGO		
Relación Autoridad: Accionistas-gerentes.		
PERFIL DE CARGO		
Información demográfica	Edad requerida	25 años en adelante
	Sexo	Masculino.
	Nacionalidad	Ecuatoriana
Formación	Estudios básicos	Estudios primarios y secundarios.
	Profesionales	Estudios secundarios
	Posgrados	N/A
Conocimientos requeridos.		Manejo de aves
Conocimientos adicionales		Manejo básico de office
Experiencia	Años	1 años
COMPETENCIAS LABORALES		
COMPETENCIAS BASICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Adaptabilidad	4	Capacidad para permanecer eficaz dentro de un medio para enfrentarse con nuevas tareas, retos y personas.
Capacidad crítica	5	Habilidad para la evaluación de circunstancias y de posibles problemas en el galpón
COMPETENCIAS GENERICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Trabajo bajo presión	4	Capacidad para mantener firme ante la acumulación de tareas o responsabilidades, es decir frente a varias cargas.
Trabajo en equipo	5	Disposición para participar con varias personas, independientemente de los intereses personales.
Habilidades Generales		Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Ordenado. 		Presentar informe de la crianza y galpón
<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad. 		Mantener el orden y limpieza

Perfil de puesto de los operarios

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Perfil de puesto de seguridad

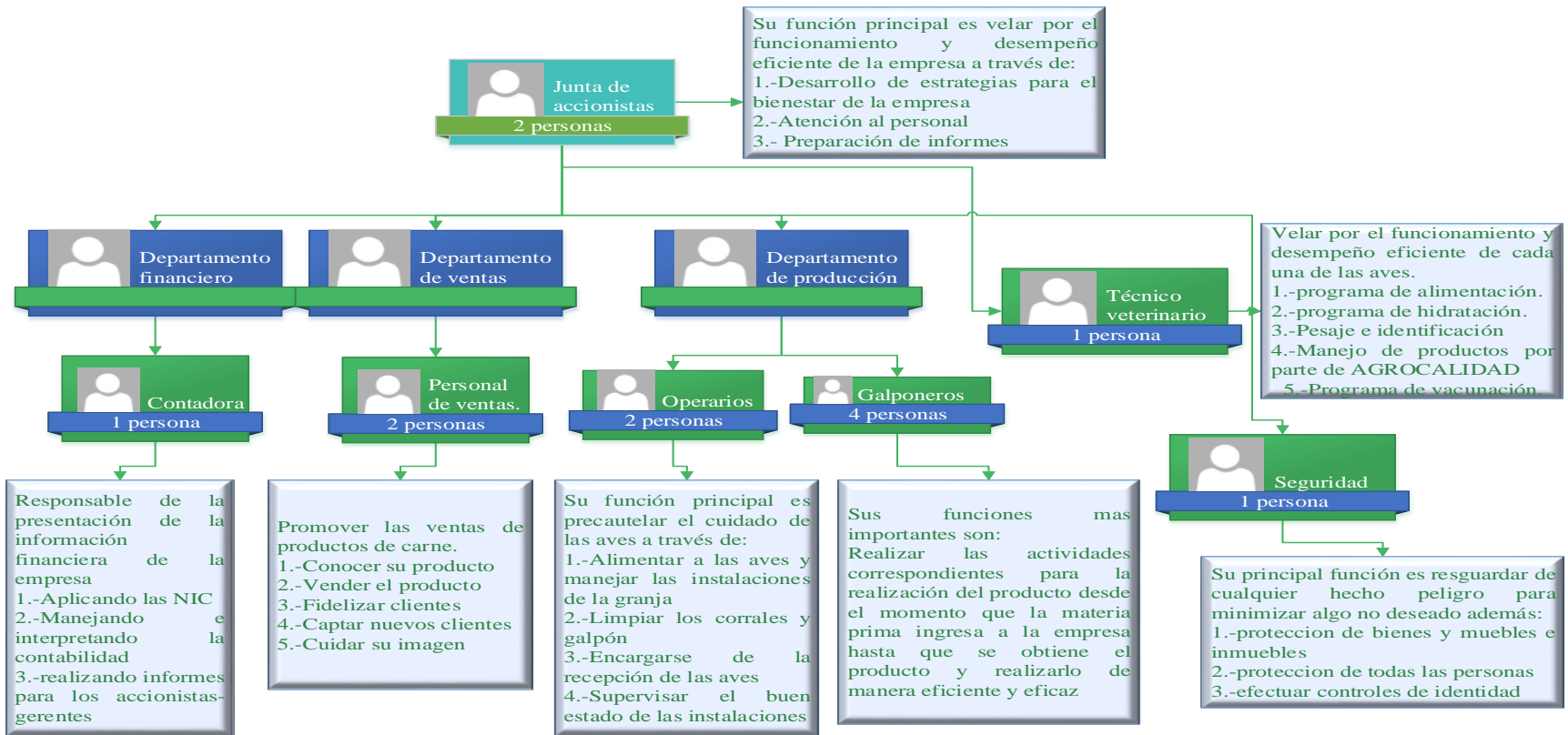
CARGO: SEGURIDAD		COD: SEG-001
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Resguardo de cualquier hecho peligroso para minimizar algo no deseado, con una buena actitud y gusto por su trabajo.		
FUNCIONES DE CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Protección de bienes y muebles e inmuebles. • Protección de todas las personas que se encuentren en el lugar • Efectuar controles de identidad en el acceso 		
RELACIONES DE CARGO		
Relación Autoridad: Accionistas-gerentes.		
PERFIL DE CARGO		
Información demográfica	Edad requerida	28 años en adelante
	Sexo	Masculino.
	Nacionalidad	Ecuatoriana
Formación	Estudios básicos	Estudios primarios y secundarios.
	Profesionales	Estudios secundarios
	Posgrados	N/A
Conocimientos requeridos.		Defensa de protección al personal.
Conocimientos adicionales		Manejo básico de office
Experiencia	Años	1 años
COMPETENCIAS LABORALES		
COMPETENCIAS BASICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Adaptabilidad	4	Capacidad para permanecer eficaz dentro de un medio para enfrentarse con nuevas tareas, retos y personas.
Capacidad crítica	5	Habilidad para la evaluación de circunstancias y de posibles problemas
COMPETENCIAS GENERICAS		
Competencia	Nivel	Descripción
Trabajo bajo presión	4	Capacidad para mantener firme ante la acumulación de tareas o responsabilidades, es decir frente a varias cargas.
Trabajo en equipo	5	Disposición para participar con varias personas, independientemente de los intereses personales.
Habilidades Generales		Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad 		<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar e informar todo lo concerniente con la planta avícola.

Perfil de puesto de seguridad

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Anexo F

Descripciones de puesto



Descripciones de puestos

Fuente: Investigación de campo (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

Anexo G

Permisos de funcionamiento

- **Inscripción en la superintendencia de compañías y seguros**

Domicilio de la compañía: Nombre de la compañía: Tipo de la Compañía:

Como se llamará su compañía:

Nombre de la compañía (*): ALTRIAMX INDUSTRIAL Y COMERCIAL

Seleccione cual va ha ser su expresión peculiar: Ejemplo: AGILCOM, VALORCOM

Expresión Peculiar:

ALTRIAMX

INDUSTRIAL

COMERCIAL

Otra (Escribir Expresión):

Inscripción en la superintendencia de compañías y seguros

Fuente: Superintendencia de compañías (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
RESOLUCION N.- 480
INTENDENCIA JURÍDICA DE LA OFICINA MATRIZ

CONSIDERANDO:

Que se han presentado a este despacho tres testimonios de la escritura pública de constitución de la compañía **PRODU TAMBO** orgada ante el notario Vigésimo Segundo del cantón Quito el 18 de octubre de 2014 con la solicitud para su aprobación.

RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- Aprobar la constitucion de la Compañía **PRODU TAMBO** con domicilio en la ciudad de Quito en los términos constantes en la referida escritura.

ARTICULO SEGUNDO.- DISPONER. A) Que el notario Vigésimo Tercero del cantón Quito tome nota al margen de la matriz de la escritura que se apruebe, en el contenido de la presente resolución. b) que el registrador mercantil del cantón Quito, inscriba la referida escritura y esta resolución y que dichos funcionarios sienten razón de esas anotaciones.

ARTICULO TERCERO.- disponer que un extracto de la escritura se publique una vez en uno de los periodicos de mayor circulacion.

COMUNIQUESE.- Dada y firmada en Quito el 20 de octubre de 2014


Diego Chafia

Con esta fecha que da inscrita la presente resolucion bajo el N.- 2560 del Registro Mercantil tomo 150 dando cumplimiento a lo dispuesto en la misma de conformidad a lo establecido en el decreto 733 del 22 de agosto de 1975, publicado en el Registro Mercantil 878 del 29 de agosto de 2009.

Quito, 20 de octubre del 2014


Doris Calo
REGISTRADORA


CRISTINA MANTILLA

Solicitud de aprobación

Fuente: Superintendencia de compañías y seguros (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- Registro de contribuyentes

SRI Solicitud en línea exitosa
Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Estimado AVÍCOLA PRODUTAMBO

El registro en línea fue exitoso.

Su número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) es: 0900846767001.
Deberá presentar: **DECLARACION SEMESTRAL IVA.**

 **Imprima su certificado de RUC aquí**

Conozca sus deberes y derechos como contribuyente en los siguientes enlaces:

 **Facturación**  **Declaraciones**  **Pagos**  **Derechos**

Nota: El envío de este correo es automático, **por favor no responda**. Si tiene alguna inquietud o requiere asesoría para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias acérquese a nuestras oficinas, comuníquese al 1700-SRI-SRI (1700-774-774) o visite nuestro sitio web www.sri.gob.ec.

"Obligado de Confidencialidad: La información contenida en el presente mensaje es confidencial y está dirigida exclusivamente a su destinatario. El Servicio de Rentas Internas no se responsabiliza por su uso y deja expresa constancia que en los registros de la Institución consta la información originalmente enviada.

Este mensaje está protegido por la Ley de Propiedad Intelectual, Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de datos, reglamentos y acuerdos internacionales relacionados. Si usted no es el destinatario de este mensaje, recomendamos su eliminación inmediata. La distribución o copia del mismo, está prohibida y será sancionada de acuerdo al Código Penal y demás normas aplicables.

La transmisión de información por correo electrónico, no garantiza que la misma sea segura o está libre de virus, por consiguiente, se recomienda su verificación. Toda solicitud de información requiere de manera oficial al SRI debe ser ingresada por Sistema General y dirigida a la máxima autoridad de la Institución, conforme a la Ley y demás normas vigentes".

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS


Registro Único de Contribuyente

Fuente: Servicio de Rentas Internas (2019) Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Registro en el MIPRO**


El día 29 de mayo del 2019 se publicó en el registro oficial número 497 el nuevo código de comercio en el que no se hace mención a la matrícula de comercio por lo que después de sacar el registro de contribuyentes se debe registrarse en el MIPRO y los pasos a seguir son los siguientes

1 Acceda a los servicios en línea desde el portal web del MPCEIP




servicios.produccion.gob.ec

2 Ingrese a nuestro sistema y de click en la opción Categorización




3 Se desplegará una hoja de datos para ser llenada por el solicitante.




Al finalizar, el sistema le pedirá que envíe su solicitud y abra su correo electrónico.

4 El sistema se conectará con




Para validar la información tributaria requerida asociada a su RUC.

5 Una vez abierto su correo electrónico, haga click en el enlace proporcionado para confirmar su solicitud.



Este enlace lo llevará a la pantalla de categorización de su empresa y le permitirá imprimir su certificado.

6 Automáticamente su CERTIFICADO se desplegará en su pantalla en archivo PDF.



Gracias por usar nuestro servicio ON LINE

Registro en el MIPRO

Fuente: MIPRO (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Patente Municipal**

FORMULARIO DE PREINSCRIPCIÓN DE PERSONA JURÍDICA	
A. IDENTIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD	
Identificación:	AVÍCOLA PRODUTAMBO
Razón Social:	SOCIEDAD ANONIMA
Tipo comerciante:	Jurídico
F. Inicio Actividades:	03/04/2020
Tipo de Empresa:	Productores en los Sectores Agrícolas, Pecuarios, Acuícolas
B. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL	
Identificación Representante:	Jefferson Bohorquez.
Nombres:	Jefferson Jose
Apellidos:	Bohorquez Tumbaico
Cargo:	Gerente Accionista
Fecha de Nombramiento:	01/01/2019
C. DATOS UBICACION DE LA SOCIEDAD	
Predio donde realiza la actividad económica:	2565.11 <input type="button" value="Buscar"/>
Clave Catastral:	
Parroquia:	Tambillo
Barrio:	Tambillo Viejo
Calle Principal:	Carlos Brito
No. Casa:	62-3
Calle Secundaria:	Ninguna
Email Principal:	jefferbor20111@gmail.com
Teléfono 1:	0959123681
Teléfono 2:	0987502518

Patente municipal

Elaborado: Servicio de Rentas Internas (2019). Fuente: Investigación de campo.

- **Solicitud autorización de construcción para AGROCALIDAD**

Mejía, 9 de enero del 2020

Sr.

Patricio García

COORDINADOR PROVINCIAL

Nosotros, Jefferson Bohórquez y Alex Calva con cédulas 1724930761, 1723017230 solicitamos de la manera más comedida se sirva disponer a quien corresponda la realización del trámite respectivo para obtener el permiso de autorización de construcción; para el proyecto de granja avícola Produtambo.

Pichincha, Mejía, Tambillo, Tambillo viejo- calle Carlos Brito

0959123681

6 galpones

Autorización para construcción avícola otorgada por AGROCALIDAD

Atentamente


.....

Jefferson Bohórquez

.....

Alex Calva

- Certificado sanitario de control oficial de granjas avícolas

 AGROCALIDAD AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO SANITARIO DE CONTROL OFICIAL DE GRANJAS AVÍCOLAS		
	<i>Proceso</i>	<i>Sanidad Animal</i>	<i>Subproceso</i>

CRITERIOS PARA LA CALIFICACIÓN EN INSPECCIONES DE PLANTELES AVICOLAS
PROGRAMA NACIONAL SANITARIO AVÍCOLA
FORMULARIO PARA LA INSPECCIÓN DE GRANJAS AVÍCOLAS DE REPRODUCCIÓN

FORMULARIO PSA01.3

D. CONSTRUCCIONES		Puntaje *
1	La granja posee galpones con piso en buenas condiciones que permita una adecuada limpieza y desinfección.	2
	La granja posee galpones con piso en condiciones aceptables pero no permite una adecuada limpieza y desinfección.	1
	La granja NO posee galpones con piso en buenas condiciones que permita una adecuada limpieza y desinfección.	0
2	Las paredes son de ladrillo, bloque de cemento o material de la zona y están en buenas condiciones.	2
	Las paredes están en malas condiciones y no prestan la seguridad adecuada a las aves.	1
	Los galpones no poseen paredes de ningún tipo.	0
3	Los galpones poseen mallas anti pájaros de alambre u otro material en buen estado	2
	Las mallas anti pájaros se encuentran en malas condiciones o no han sido completadas en todas las construcciones que lo necesitan.	1
	Los galpones no poseen mallas anti pájaros de alambre u otro material.	0
4	Las cubiertas de los galpones y bodegas sean de teja, zinc, fibrocemento u otro material se encuentran en buenas condiciones	2
	Existen sectores de la cubierta con problemas que necesitan ser reparados y por ende existen goteras.	1
	Los galpones y bodegas no poseen cubierta.	0
5	Los galpones poseen adecuada ventilación a través de un sistema de cortinas u otro equipamiento	2
	El sistema de ventilación está defectuoso o con fallas visibles de funcionalidad.	1
	Los galpones NO poseen ventilación a través de un sistema de cortinas u otro equipamiento	0
6	La granja posee bodegas o silos para adecuado almacenamiento del alimento para las aves	2
	El almacenamiento del alimento tiene deficiencia, se contempla alimento regado alrededor de las fundas, además no tiene paleta, no está separado del suelo y/o pared.	1
	La granja NO posee bodegas o silos para almacenamiento del alimento para las aves	0
7	Existen bodegas para insumos agropecuarios y herramientas con señalética	2
	Las bodegas se encuentran sin señalética y desordenadas.	1
	NO existen bodegas para insumos agropecuarios y herramientas con señalética	0
8	Mantiene delimitada e identificada el área sucia del área limpia	2
	Delimitación e identificación inadecuada o defectuosa entre las dos áreas (Limpia - Sucia)	1
	NO mantiene delimitada ni identificada el área sucia del área limpia	0
9	Sistema de lavado y desinfección de vehículos adecuado y funcionando.	2
	El sistema de lavado y desinfección de vehículos no funciona o está defectuoso.	1
	NO tiene un Sistema de lavado y desinfección de vehículos.	0
10	Mantienen en forma adecuada los pediluvios a la entrada de cada galpón.	2
	Los pediluvios a la entrada de cada galpón no están mantenidos en forma adecuada y conllevan un riesgo sanitario para las aves.	1
	NO posee pediluvios a la entrada de cada galpón.	0
11	Batería de servicios higiénicos limpios y en buen estado para empleados y visitas.	2
	Las batería de servicios higiénicos para empleados y visitas se encuentran en mal estado y descuidadas.	1
	No posee batería de servicios higiénicos para empleados y visitas.	0
12	Cantidad suficiente de vestuario para operarios que asegure condiciones apropiadas de bioseguridad dentro del área limpia.	2

Manual para el certificado sanitario de granjas

Fuente: AGROCALIDAD (2019). Elaborado: Bohórquez y Calva (2019).

- **Numero patronal IESS**



Número patronal IESS

La figura 20 muestra el sistema para registrar a los empleados de la empresa Elaborado: los Investigadores. Fuente: Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social IESS 2019